Année 1960. — N° 5. Le Numéro : 0,20 NF 12 Mars 1960.

JOURNAL OFFICIEL

DE LA RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

AVIS ET RAPPORTS
DU
CONSEIL ÉCONOMIQUE ET SOCIAL

ABONNEMENTS : METROPOLE ET OUTRE-MER : 8 NF ; ETRANGER : 12 NF
(*Compte chèque postal :* 9063.13, Paris.)

PRIÈRE DE JOINDRE LA DERNIÈRE BANDE aux renouvellements et réclamations | DIRECTION, REDACTION ET ADMINISTRATION 26, RUE DESAIX, PARIS-15e | POUR LES CHANGEMENTS D'ADRESSE AJOUTER 0,20 NF

1re SESSION ORDINAIRE DE 1960

Séances du Jeudi 11 Février 1960.

SOMMAIRE

Le problème du soutien du tourisme en tant que valeur exportatrice dans la balance des comptes.

LE PROBLEME DU SOUTIEN DU TOURISME EN TANT QUE VALEUR EXPORTATRICE DANS LA BALANCE DES COMPTES

(*Question dont le Conseil économique et social s'est saisi en application de l'article 3 de l'ordonnance n° 58-1360 du 29 décembre 1958 portant loi organique du Conseil économique et social.*)

1e Rapport présenté, au nom du Conseil économique et social, par M. Paul Defond.

SOMMAIRE

INTRODUCTION.

CHAPITRE Ier. — *La conjoncture touristique internationale.*

1° Le développement du tourisme.
3° La concurrence étrangère.
3° Le caractère itinérant du tourisme.
4° Les conséquences pour la balance des comptes.

CHAPITRE II. — *Etude du marché des touristes étrangers en France et dans les pays étrangers.*

1° Statistiques.
a) Evolution des courants.
b) Les nuitées.
c) La répartition mensuelle des touristes.
d) Le bilan financier avec chacun des pays.
e) Les goûts des touristes étrangers.
f) Les moyens financiers dont disposent les touristes.

2° Tendances.
1. Les marchés stabilisés.
2. Les marchés susceptibles d'un certain développement.
3. Les marchés susceptibles d'un développement certain.

CHAPITRE III. — *La propagande.*

1° La coordination.
a) Coordination des services français à l'étranger.
b) Coordination en France.
c) Coordination avec les pays de la Communauté et les pays limitrophes.
d) Conclusion.
2° Les thèmes généraux.
3° Les procédés.
4° Les crédits.

CHAPITRE IV. — *La mise en valeur des possibilités touristiques nationales.*

1° Les mesures propres à faciliter l'accueil.

a) Parmi les réalisations existantes qu'il conviendrait de développer.

b) Parmi les réalisations à promouvoir.

2° Le thermalisme et le climatisme.

3° Les sports.

4° Les congrès.

5° Les sites. — Les monuments historiques et autres appels touristiques.

6° Les circuits.

7° Le commerce local.

8° Les différentes formes de l'hébergement.

9° La politique des moyens de communication.

CHAPITRE V. — *Le financement. — Crédit et fiscalité.*

CONCLUSION.

INTRODUCTION

Le Conseil économique et social a décidé, le 8 octobre 1959, de saisir la section des transports et du tourisme du problème du soutien du tourisme en tant que valeur exportatrice dans la balance des comptes.

C'est dans ce cadre strict que se situe le présent rapport sans qu'aient cependant été perdus de vue le parallélisme et l'imbrication des problèmes qui se posent à la fois en matière de tourisme étranger et en matière de tourisme national.

Par souci d'efficacité, il est apparu préférable de reporter à une date ultérieure l'étude des problèmes propres au tourisme social, à l'équipement hôtelier, aux transports touristiques, au thermalisme et au climatisme, etc. La campagne à l'étranger en faveur du tourisme en France commence, en effet, au début de l'année. Il importe donc que, sur ce seul point, l'avis du Conseil économique et social soit connu sans tarder.

Il est, en effet, urgent de rappeler à tous les Français la situation actuelle du tourisme étranger en France dont la valeur exportatrice est du même ordre de grandeur que celle des grands secteurs exportateurs français. Cette valeur exportatrice est d'autant plus précieuse que le tourisme exporte essentiellement des services sans importation préalable importante de matières premières étrangères. Le tableau ci-après révèle l'importance économique du tourisme en France :

Montant des importations et exportations françaises par grands groupes d'activités économiques.

(En millions de nouveaux francs.)

(Neuf premiers mois 1959.)

	EXPORTATIONS	IMPORTATIONS	SOLDE
Secteurs agricole et alimentaire	9.650	412	+ 9.238
Produits bruts et demi-produits industriels	3.942	6.103	— 2.161
Produits fabriqués	4.057	1.978	+ 2.079
Tourisme	1.092,7	392	+ 700,7

Comparaison des résultats financiers obtenus à l'exportation par le tourisme et les autres industries françaises.

(En millions de nouveaux francs.)

(Neuf premiers mois 1959.)

	EN CHIFFRES BRUTS
Produits sidérurgiques	2.647
Industrie automobile	1.617
Tourisme	1.092,7
Produits chimiques	1.080
Machines et appareils	917

Source : Rapport sur la conjoncture présenté au Conseil économique et social par M. Lumontier le 16 décembre 1959.

Le souci de présenter son rapport en temps utile a conduit la section des transports et du tourisme à réduire au strict minimum le nombre de ses auditions. Après M. Sainteny, commissaire général au tourisme, elle a entendu le représentant de M. le ministre des finances, ainsi que des représentants du Touring-Club de France et des agences de voyages. Elle s'est, en outre, inspirée des indications contenues dans le rapport présenté par M. de Rosen, au Conseil économique et social, sur les problèmes des échanges extérieurs dans la perspective de la promotion des exportations.

Mais, au-delà d'une simple considération de calendrier, il apparaît qu'en faisant connaître rapidement son avis sur les possibilités d'élever à la hauteur d'un devoir national l'exploitation de la chance que constituent les possibilités touristiques françaises, le Conseil économique et social contribuera à soutenir l'action du commissariat général récemment instauré. Il importe, en effet, de lui éviter les difficultés qu'ont connues les organismes qui l'ont précédé, dont les efforts remarquables auraient mérité un soutien plus compréhensif et plus efficace.

Le Conseil économique et social se devait également d'attirer l'attention de tous les responsables sur la transformation de la conception traditionnelle du tourisme : l'évolution continue des conditions de vie y fait accéder de nouvelles classes sociales. L'évolution économique tend à créer des communautés d'action et de propagande touristiques dans un cadre supranational.

Des goûts et des besoins touristiques nouveaux naissent alors même que s'ouvrent au tourisme des pays peu connus que la distance ou les conditions politiques rendaient d'accès difficile. De nombreuses nations dont quelques-unes ne figuraient pas jusqu'ici parmi les nations dites touristiques prennent conscience — en dehors de tous autres aspects — de la valeur exportatrice du tourisme.

L'apparition de cette concurrence auréolée du prestige de l'inconnu implique des efforts nouveaux car l'économie traditionnelle des courants touristiques peut s'en trouver profondément modifiée.

***

On ne saurait donc trop insister sur l'importance que revêt et peut revêtir le tourisme pour la balance des comptes française. Le tableau ci-dessous en donnera idée :

Balance des paiements entre la France métropolitaine et les pays étrangers.

(Touristes et voyageurs.)

ANNEES	RECETTES du tourisme étranger (1).	DÉPENSES à l'étranger des touristes nationaux.	BALANCE
	(En millions de nouveaux francs.)		
1951	665	394,45	+ 270,55
1952	469,3	383,9	+ 85,4
1953	427,3	449	— 21,7
1954	637,7	423,8	+ 213,9
1955	669,2	551,6	+ 117,6
1956	534,1	765,8	— 231,7
1957	474,9	756,3	— 281,4
1958	751,5	495	+ 256,5
1959 (au 30 septembre 1959)	1.092,7	392	+ 700,7

(1) Les recettes considérées sont constituées par les achats de francs au taux officiel et ne représentent donc qu'une partie des dépenses réelles des touristes étrangers qui avaient, jusqu'en 1958, intérêt à acheter leurs francs sur des marchés étrangers pour les introduire dans la zone franc.

Les résultats partiels actuellement communiqués pour l'année 1959 témoignent d'un redressement spectaculaire après le net déclin qu'a connu le tourisme étranger en France en 1958. Les causes et les conséquences de cette situation sont analysées au chapitre suivant.

CHAPITRE Ier

La conjoncture touristique internationale.

La France, avantagée par son prestige et la multiplicité de ses sites, jouit en outre d'une situation géographique privilégiée qui lui permet d'être un véritable carrefour entre l'Est et l'Ouest, entre le Nord et le Sud. Elle a donc la possibilité d'ajouter au tourisme sédentaire un tourisme de transit pour les étrangers se rendant dans les pays voisins.

C'est pour toutes ces raisons qu'elle a été pendant longtemps la grande bénéficiaire du tourisme international.

Entre les deux guerres, et plus particulièrement vers les années 1929-1930, le tourisme étranger en France a atteint des niveaux qui n'ont jamais été égalés depuis.

En 1929, les touristes étrangers ont dépensé en France..... 392 millions $ or (1)
tandis que les touristes français dépensaient à l'étranger..... 59 —
laissant un solde positif de..... 333 —
soit plus de 1.600 millions de nos nouveaux francs au taux officiel de 25,53 pour un dollar en 1929.

Il était donc normal que dès le premier plan de modernisation et d'équipement il fût prévu de faire un large appel aux recettes provenant du tourisme étranger pour obtenir les devises nécessaires à nos importations.

Le premier plan prévoyait une recette annuelle de 450 millions de dollars en devises (2 milliards de nouveaux francs environ) et 32 millions de journées de séjour de touristes étrangers chaque année.

Le deuxième plan avait fixé la recette annuelle à 400 millions de dollars en devises (1.900 millions de nouveaux francs) et 28 millions de journées de séjour chaque année avec une augmentation de la capacité hôtelière de 60.000 chambres et la création de 500 nouveaux terrains de camping.

Mais des difficultés de financement notamment ont abouti à des retards cumulatifs dans la réalisation des investissements nécessaires et les résultats ont été loin de correspondre aux objectifs fixés. De 1949 à 1951 la recette moyenne en devises enregistrée pour l'office des changes au titre du tourisme étranger s'est élevée en moyenne à 350 millions de dollars (1.575 millions de nouveaux francs) et le nombre des journées de séjour a atteint son maximum (25 millions en 1951).

En ce qui concerne le deuxième plan, la fréquentation étrangère a dépassé dès 1955 les objectifs prévus, mais les revenus estimés (dépenses réelles des touristes étrangers) leur sont demeurés inférieurs (385 millions de dollars [1.880 millions de nouveaux francs]) au cours de la meilleure année 1957.

De 1949 à 1957, sur 60.000 créations de chambres prévues, 29.536 étaient réalisées. Fin 1959, 36.500 chambres avaient été créées, 135.000 modernisées. Alors que le troisième plan prévoyait pour fin 1962 :

En ce qui concerne l'hébergement :

— la création de 58.000 chambres et la modernisation de 90.000 ;
— la création de 1.900 équipements complémentaires (dont 1.650 terrains de camping) ;
— la création de 15.000 gîtes ruraux ;
— l'aménagement de 500 nouveaux points d'eau.

En ce qui concerne la rentrée de devises :

— une rentrée annuelle de 2.793 millions de nouveaux francs en devises pour un solde de 1.813 millions de nouveaux francs.

En ce qui concerne les séjours de touristes étrangers :

— l'arrivée de 5 millions de visiteurs étrangers par an pour 36 millions de journées de séjour (30 millions pour l'hôtellerie, 6 millions pour les autres fonds d'accueil) (2).

Le présent rapport étudie les mesures permettant d'atteindre ces objectifs dans une conjoncture internationale caractérisée par :

1° Le développement du tourisme ;
2° La concurrence étrangère tant en Europe que dans les autres pays étrangers ;
3° Le caractère itinérant du tourisme moderne.

1° Le développement du tourisme.

Le tourisme international est en pleine progression. Les facilités de déplacement toujours plus nombreuses offertes aux touristes, l'amélioration du niveau de vie dans beaucoup de pays, la tendance à l'allongement des congés payés concourent à le développer toujours davantage. On peut même considérer qu'il est devenu un véritable besoin pour la culture et la santé de l'homme moderne.

Mais son développement est assez difficile à saisir d'une manière précise. Si la constance des méthodes employées par chaque pays dans le relevé des statistiques touristiques permet d'établir l'évolution des mouvements touristiques dans ces mêmes pays d'une année sur l'autre, par contre, la comparaison entre les données correspondantes relatives aux divers pays doit être effectuée avec prudence car ces données ne répondent pas toujours aux définitions standard (1) et sont recueillies par des méthodes souvent différentes.

Sous toutes ces réserves, la comparaison des statistiques est néanmoins précieuse. Elle permet notamment de constater que dans les pays membres de l'O. E. C. E. les recettes totales du tourisme ont été, en 1957, supérieures de 18 p. 100 à celles de 1956.

Les tableaux ci-dessous indiquent le revenu qu'en a tiré chacun des principaux pays en 1957 et 1958. Il faut souligner qu'en raison de la libération progressive des paiements internationaux il est de plus en plus difficile, pour les pays qui établissent leurs statistiques sur la base des documents fournis par les bureaux de contrôle des changes, d'évaluer de façon précise leurs recettes et dépenses au titre du tourisme international. La plupart des chiffres ci-dessous comportent donc une part importante d'estimation.

Bilan du tourisme en 1956 et 1957 dans différents pays (a).
(En millions de nouveaux francs.)

PAYS	1957			1958		
	Débit.	Crédit.	Solde.	Débit.	Crédit.	Solde.
Allemagne	1.150	1.553	+ 402	1.948	1.808	— 140
Autriche	91	51	+ 40	136	668	+ 532
U. E. B. L.	227	306	+ 79	232	496	+ 264
Danemark	195	230	+ 35	324	320	+ 96
France (b) (c)...	959	1.711	+ 752	624	1.816	+ 1.192
Irlande (d).....	137	319	+ 182	152	388	+ 236
Islande	8	1	— 7	9,6	0,8	— 8,8
Italie	204	1.333	+ 1.129	324	1.964	+ 1.640
Norvège	161	126	— 35	164	192	+ 28
Pays-Bas	194	235	— 59	308	312	+ 4
Portugal	36	85	+ 49	53	102	+ 49
Royaume-Uni (f).	1.372	1.274	— 98	1.728	1.540	— 188
Suède	298	312	— 14	356	388	+ 32
Suisse	(g) 336	814	+ 478	400	964	+ 564
Turquie	(h) 1	4	+ 3	»	»	»
Espagne	(i) 35	269	+ 234	8	288	+ 280
Yougoslavie	»	31	»	»	»	»
Etats-Unis	4.802	2.747	— 2.055	5.340	3.300	— 2.540
Canada	1.837	1.270	— 567	»	»	»

(a) A défaut de mention contraire, ces chiffres ont été fournis par les pays membres et associés pour l'établissement du dixième rapport annuel de l'O. E. C. E. et ne comprennent pas les transports internationaux.

(b) Les chiffres de la France sont des estimations du ministère des finances. Ils ne sont donc pas comparables aux chiffres de l'année 1956 figurant dans le précédent rapport du comité du tourisme qui représentaient les sommes comptabilisées par l'office des changes; les données correspondantes pour l'année 1957 relatives à la zone franc sont les suivantes:

Recettes totales: 483,7 millions de nouveaux francs (dont 191,4 millions fournis par les voyageurs des pays membres et 248,8 par ceux de la zone dollar).

Dépenses totales: 800,1 millions de nouveaux francs (dont 607,6 millions dépensés dans les pays membres et 55,6 dans la zone dollar).

(c) Ces chiffres ne comprennent pas les recettes fournies par les voyageurs des pays d'outre-mer ni les dépenses effectuées dans ces pays.

(d) Transports internationaux inclus.

(e) D'après une estimation effectuée par le commissariat au tourisme de l'E. N. I. T., les dépenses des touristes et excursionnistes étrangers en Italie se seraient élevées à 1.795 millions de nouveaux francs dont 389,5 millions dépensés par les touristes des Etats-Unis et 62,6 millions par les touristes du Canada.

(f) Chiffres établis d'après les données fournies par le contrôle des changes et les estimations officielles du nombre des touristes et de leurs dépenses individuelles.

(g) Estimations effectuées par la commission de recherches économiques, transports internationaux exclus; en comprenant les transports internationaux, les recettes touristiques totales de la Suisse se sont élevées à 990 millions de nouveaux francs et les dépenses à 388 millions de nouveaux francs.

(h) Chiffres fournis à un questionnaire sur le tourisme en 1957.

(i) Estimation.

Source: O. E. C. E. bulletin 1959.

(1) Chiffres extraits d'une thèse de M. Satre sur le tourisme français.

(2) Extraits des documents édités par le commissariat général au plan.

(1) Selon la nomenclature internationale adoptée par l'O. E. C. E. et par l'Union internationale des organismes officiels de touristes (U. I. O. O. T.) :

— *le voyageur en transit* est celui qui traverse un pays, même pour une période de plus de 24 heures sans arrêt ou pendant moins de 24 heures à condition que tout arrêt soit de courte durée ;

— *le touriste* est la personne qui voyage dans un pays autre que sa résidence et y séjourne plus de 24 heures et moins de 12 mois ;

— *l'excursionniste* est celui qui se déplace dans un pays autre que sa résidence pour moins de 24 heures et ne s'y livre à aucune activité rémunérée.

Voir en annexe II les conditions d'établissement des statistiques des différents pays.

Ce tableau révèle que presque tous les pays ont enregistré, en 1958, une augmentation de leurs recettes touristiques. Mais celle-ci a été accompagnée le plus souvent d'un accroissement des dépenses correspondantes. Ce phénomène n'est pas constaté en France, en raison probablement de la suppression des allocations de devises aux Français se rendant à l'étranger en 1958.

2° La concurrence étrangère.

a) *En Europe.*

En 1929, la France avait reçu 23 p. 100 des dépenses totales des touristes à l'étranger ; l'Italie 8 p. 100, la Suisse 3 p. 100.

En 1933, elle n'en a reçu que 21 p. 100 contre 12 p. 100 à l'Italie, 5 p. 100 à la Suisse.

La comparaison n'a pas pu être menée jusqu'à une date plus rapprochée. Mais il résulte du tableau suivant qu'entre 1956 et 1957 les arrivées de touristes en France ont été relativement plus faibles que dans les pays voisins et que la durée des séjours tendait à y diminuer.

Tourisme étranger en Europe.

Comparaison en pourcentage des variations entre 1956 et 1957 et entre 1957 et 1958 des arrivées et des nuitées des étrangers en Europe dans chacun des pays considérés.

PAYS	COMPARAISON 1956-1957		COMPARAISON 1957-1958	
	Arrivées.	Nuitées.	Arrivées.	Nuitées.
France	+ 0,1	— 1,4	— 5,6	—
Allemagne	+ 7,4	+ 9,1	+ 3,8	+ 5,4 (*a*)
Autriche	+ 10,8	+ 17,6	+ 11,2	+ 12,6 (*a*)
Belgique	+ 10	+ 12,1	+ 71,7	+ 56 (*b*)
Danemark	+ 8	+ 13,5	»	»
Grèce	+ 21,1	»	+ 1,5	»
Irlande	— 16,2	— 10,2	»	»
Islande	— 1,5	»	+ 9	»
Italie	+ 12,8	+ 13,3	+ 4,5	+ 2,1 (*a*)
Luxembourg	»	»	»	— 15,2 (*a*)
Norvège	+ 4,4	+ 3,7	+ 26	— 4,8 (*a*)
Pays-Bas	+ 4,3	+ 4	+ 11,6	+ 7 (*d*)
Portugal	+ 8,2	+ 8,1	+ 5	+ 1,6 (*a*)
Royaume-Uni	+ 6,6	»	+ 6,6	»
Suède	+ 8,3	+ 2,4	»	»
Suisse	+ 8,2	+ 7,5	— 0,6	— 1
Turquie	+ 1,4	»	+ 13,9 (*d*)	»
Espagne	+ 16,8	»	+ 12,8	»
Yougoslavie	+ 26,4	+ 47,3	+ 20,1	+ 27,6

(*a*) Dans les établissements hôteliers, non compris 462.000 nuitées de touristes étrangers dans les auberges de jeunesse et 15.000 dans les homes d'enfants pour l'Allemagne.

(*b*) Toutes formes d'hébergement comprises.

(*c*) Nuitées passées dans les hôtels seulement alors qu'en 1957 les chiffres portaient sur le total des hébergements. Ces chiffres ne sont donc pas comparables.

(*d*) Aux frontières.

Source : O. E. C. E.

L'année 1958 fut mauvaise surtout pour l'hôtellerie ainsi qu'en témoignent les tableaux figurant en annexes III, IV, V et VI. Le nombre total des touristes étrangers y est passé de 4.310.000 à 4.070.000, selon un rapport présenté par le commissariat général au tourisme (cf. annexe VIII).

En 1959, la situation s'est bien améliorée (cf. annexes IX et X) mais l'Italie supplante la France : sa saison touristique lui aura rapporté 1.960 millions de nouveaux francs de devises étrangères contre 1.225 environ pour la France (1).

(1) Solde comparé des recettes et dépenses touristiques en France et en Italie (en millions de nouveaux francs). Sources O. E. C. E., mais en ce qui concerne la France les chiffres donnés sont des approximations en raison de l'existence d'un marché parallèle des devises et aucun renseignement n'existe antérieurement à 1955 :

	France.	Italie.
	—	—
1955		+ 665
1956	+ 651	+ 752
1957	+ 752	+ 1.127

b) *Les faits nouveaux :* concurrence des autres pays.

Cet état de fait risque de s'aggraver si l'on n'y prend pas garde, car tous les pays commencent à se préoccuper des possibilités d'attirer les touristes étrangers et il est probable que l'on assistera bientôt à la multiplication, voire à certains détournements des courants touristiques.

Aux Etats-Unis (cf. annexe XVI).

Le rapport présenté par M. Clarence B. Randall au Président des Etats-Unis, le 17 avril 1958, témoigne d'un très net renversement de la tendance des Etats-Unis en matière de tourisme.

Présenté sous forme de « recommandation » il demande que soient prises toute une série de mesures susceptibles de développer le tourisme aux Etats-Unis et que l'année 1960 soit l'année effective « de la visite en Amérique » aussi bien pour les Américains eux-mêmes alors perdus comme clients pour la France, que pour nos nationaux ou nos autres clients qui risquent d'être attirés par les U. S. A.

Il est encore un peu tôt pour se prononcer sur les suites données à cette recommandation. Mais il est d'autant plus impératif d'attirer sur elle l'attention de tous les Français qu'un effort semblable est tenté en U. R. S. S. et dans les autres pays d'Europe centrale.

Ils ont tous adopté une monnaie touristique dévaluée d'environ 50 p. 100 par rapport à la monnaie nationale. Ils font, en outre, un effort d'équipement considérable, citons par exemple :

L'U. R. S. S. dont les réalisations touristiques pour l'année 1960 sont analysées en annexe XVI. Elle a reçu 9.000 Français en 1958 (en contrepartie 10.000 Russes sont venus en France).

En Bulgarie :

— la volonté de faire de la mer Noire la « côte d'Azur » de toute l'Europe centrale ;

— la création de plages et de piscines chauffées pour allonger la saison ;

— la multiplication des liaisons aériennes et des routes.

Le programme tend à faire entrer le tourisme pour 30 p. 100 dans le revenu du commerce extérieur en 1962.

En Pologne :

— la création de 600.000 hébergements par an d'ici 1965.

En Tchécoslovaquie :

— la mise sur pied de manifestations (chasses, festivals de musique, de cinéma, jeux Spartacus) en faveur des touristes.

En Hongrie :

— l'aménagement hôtelier de la région du lac Balaton et l'équipement moderne des hôtels.

Ces efforts commencent à porter leurs fruits :

La Hongrie a reçu en 1957 : 200.000 touristes à devises fortes dont un millier d'Américains.

La Tchécoslovaquie en 1958 : 80.000 touristes à devises fortes dont 6.000 Américains.

La Pologne a reçu en 1958 : 123.000 touristes à devises fortes.

La Bulgarie en a reçu la même année 95.000.

D'autres pays (Israël, Inde, Japon, Maroc notamment) ont, en outre, pris conscience de l'intérêt que présente pour leur économie le tourisme étranger et mettent en œuvre une politique touristique propre à attirer les étrangers.

Il faut, en outre, signaler l'effort accru que font pour leur politique touristique les pays traditionnellement concurrents du tourisme étranger en France.

On peut craindre que cette situation contribue de plus en plus à priver la France et l'Europe traditionnellement touristiques d'une partie de ses hôtes, et notamment de ceux qui peuvent disposer de moyens financiers importants. Il est possible qu'on assiste à plus ou moins brève échéance à un détournement partiel des courants de trafics traditionnels et peut-être même à une « ponction » accrue de nos touristes nationaux.

Il n'est, semble-t-il, pas trop tôt pour en donner conscience à tous les responsables du tourisme. Trouveront-ils des courants nouveaux dans la « démocratisation » du tourisme qui résultera probablement de l'accroissement spectaculaire des moyens de transports ; dans l'attrait que présentera l'Europe occidentale pour les touristes de l'Europe centrale qui l'ignorent ; y aura-t-il possibilité d'inclure les pays d'Europe centrale dans des circuits partant de la « vieille » Europe ?

Autant de questions qui imposent un effort général pour maintenir au tourisme en France son rang actuel et si possible pour l'améliorer.

A cet effet, la France ne devrait pas négliger l'avantage que lui procure sa situation géographique pour l'organisation de voyages touristiques même à destination des pays étrangers. Elle a une possibilité évidente de jouer le rôle de tête de pont, qualité particulièrement précieuse pour le tourisme moderne de plus en plus itinérant.

3° Le caractère itinérant du tourisme.

Ce caractère résulte en grande partie de l'amélioration des moyens de transports collectifs et individuels mais également d'un désir de mieux connaître les pays étrangers, désir qu'un certain engouement vient encore renforcer.

Depuis longtemps les agences de voyages ont constaté que la clientèle américaine, notamment, demandait non une station déterminée mais « de l'Europe ». Cette tendance est également observée chez les autres touristes étrangers, surtout chez les jeunes et chez les adeptes du tourisme « économique ». Comme ce sont ces deux dernières catégories qui vont, dans les années prochaines, participer pour une grande part à l'accroissement du mouvement touristique international, il ne faut pas mésestimer l'importance de ce fait. Car la durée moyenne de séjour des touristes étrangers en France marque déjà depuis 1956 une tendance légère à la baisse qui ne se retrouve pas dans tous les pays voisins.

Le tableau ci-dessous illustre cette tendance :

Durée moyenne de séjour des touristes étrangers (1).
(Nombre de jours.)

	1952	1953	1954	1956	1957	1958
En :						
Allemagne	2,1	2	2	2	2	2
Autriche	4,7	4,6	4,9	5,1	5,5	5,4
Belgique	5	2,5	2,5	2,7	2,7	2,2
Danemark (*a*)	3,2	n. d.	3,4	3,4	3,6	»
France	6,7	6,1	6,7	7	6,9	6,5
Irlande (*b*)	4,9	4,4	4,1	»	»	»
Italie (*b*)	5	4,8	4,6	4,8	4,8	4,9
Pays-Bas (*a*)	3	2,3	2,2	2,3	2,3	2,2
Portugal	4,4	3,4	n. d.	4	4	3,9
Royaume-Uni (*c*)	10	n. d.	12	»	»	»
Suède	12,8	14,6	15	13,9	12,4	»
Suisse (*a*)	3	3	3	3,7	3,3	3,2
Yougoslavie	3,6	3,3	3,4	3,4	4	4,2

(1) Extrait de la brochure « Le Tourisme en Europe » de l'O.E.C.E. et statistiques du commissariat général au tourisme pour 1958.
(*a*) Durée moyenne de séjour dans les hôtels et pensions.
(*b*) Y compris les visites d'une durée inférieure à une journée.
(*c*) Européens seulement.
n. d. = non disponible.

Il convient de signaler que le fléchissement de 1958 est probablement dû à des événements extra-touristiques, car le tourisme étranger s'est montré extrêmement sensible aux crises sociales, politiques et économiques qui ont affecté la France depuis 1953.

Le tableau ci-dessous et les tableaux publiés en annexes marquent bien les répercussions qu'ont eues sur le nombre des touristes étrangers, les grèves de 1953, les événements extérieurs de 1956 et la crise intérieure de 1958 :

1953	3.190.000	(— 0,3 p. 100 par rapport à 1952)
1954	3.600.000	(+ 13 p. 100 par rapport à 1953)
1955	4.010.000	(+ 7,5 p. 100 par rapport à 1954)
1956	4.305.000	(+ 7,3 p. 100 par rapport à 1955)
1957	4.310.000	(+ 0,1 p. 100 par rapport à 1956)
1958	4.070.000	(— 5,6 p. 100 par rapport à 1957)

Il révèle, en outre, et les statistiques provisoires de 1959 (5 millions de touristes étrangers environ sont intéressants à cet égard) un rythme d'accroissement annuel de 7 p. 100 environ avec compensation des mauvaises années par un afflux supplémentaire l'année suivante.

4° Les conséquences pour la balance des comptes.

a) *La balance métropole-étranger.*

Le tableau qui figure à la page 2 du présent rapport marque une certaine discordance entre le nombre des touristes étrangers recensés en France et les recettes correspondantes. Pour expliquer en partie du moins cette anomalie il est bon de rappeler que les chiffres indiqués dans le tableau sont les recettes enregistrées par l'office des changes. Or, si celles-ci ont tendance à croître avec le nombre des touristes étrangers, elles sont surtout influencées par la différence entre le cours officiel et le cours parallèle des monnaies étrangères. Or celle-ci a atteint précisément son amplitude maximum en 1953 et 1957 pour la livre et le dollar.

En outre la possibilité pour les nationaux d'obtenir des devises au taux officiel fortement sous-évalué les incite à se rendre à l'étranger pour leurs vacances.

Ces deux tendances expliquent en grande partie les déficits qui se sont produits dans notre balance touristique entre 1953 et 1957.

La limitation des attributions des devises pour vacances des Français à l'étranger a contribué au rétablissement de la situation en 1958.

Il sera particulièrement intéressant de suivre en 1960 les répercussions qu'auront sur le solde créditeur de notre balance touristique, d'une part, l'augmentation des allocations en devises pour les Français se rendant à l'étranger et, d'autre part, la suppression de la « prime » en faveur du tourisme national à l'étranger qui résultait jusqu'en 1959 de la surévaluation officielle de notre monnaie.

b) *La balance entre les pays d'outre-mer de la zone franc et l'étranger est constamment déficitaire.*

Le tableau ci-dessous (1) prouve l'intérêt que présenterait pour ces pays le développement d'un tourisme étranger :

Bilan du tourisme entre les pays d'outre-mer de la zone franc et l'étranger.
(En millions de nouveaux francs.)

ANNÉES	DÉPENSES	RECETTES	BALANCE
1951	18,9	6,65	— 11,25
1952	24,5	7	— 17,5
1953	31,5	8,05	— 23,4
1954	33,9	10,5	— 23,4
1955	40,6	14,35	— 26,2
1956	48,6	7,35	— 41,3
1957	43,7	8,75	— 35
1958	35,7	17,9	— 17,8

Il importe donc que tous les Français se pénètrent de l'idée que le tourisme élément primordial dans la recherche de l'équilibre de la balance des comptes, instrument de rotation du revenu national, facteur d'expansion, d'équilibre ou de relance de nos économies régionales, est *l'amplificateur* de toutes les industries nationales.

Il appartient au conseil économique et social de faire connaître les résultats obtenus, jusqu'ici par le tourisme international en France, avant de dégager les éléments d'une politique du tourisme propre à stimuler sa vocation d'industrie exportatrice.

(1) Source : I. N. S. E. E.

Mais tout effort en ce sens ne sera profitable qu'autant qu'auront pu être définis, stimulés, coordonnés les efforts en vue :

— d'étudier les goûts des touristes étrangers ;

— de faire connaître nos possibilités aux étrangers ;

— de tout mettre en œuvre pour les satisfaire.

C'est un problème d'étude de marché, de propagande et d'accueil auquel seront consacrés les chapitres II et III.

Il se double d'un problème d'équipement et de mise en valeur de nos possibilités touristiques nationales, soit en elles-mêmes, soit en relation avec celles des autres pays européens. Il s'agit d'étudier ce qui pourrait être fait, par qui, avec quels moyens. Ce sera l'objet des quatrième et cinquième chapitres du rapport.

CHAPITRE II

ETUDE DU MARCHE DES TOURISTES ETRANGERS EN FRANCE ET DANS LES PAYS ETRANGERS

1° Statistiques.

a) *L'évolution des courants.*

Une analyse des résultats statistiques permet de déceler l'évolution suivante dans les courants touristiques et les modes de transports (1) :

Arrivées des touristes et excursionnistes étrangers en France par mode de transport.

	1955	1956	1957	1958
Frontières terrestres avec la France:				
Belgo - Luxembourgeoise	6.340.000	6.075.000	6.600.000	7.721.000
Allemande	2.400.000	2.291.000	3.670.000	3.395.000
Suisse	4.950.000	5.163.000	6.080.000	6.100.000
Italienne	2.090.000	2.573.000	3.384.000	4.222.000
Espagnole	1.062.000	1.253.000	1.836.000	2.993.000
Total	16.842.000	17.355.000	21.570.000	24.431.000
Frontières maritimes:				
Manche (mer du Nord)	1.192.000	1.102.000	1.166.000	1.244.000
Atlantique	3.000	3.000	3.600	5.500
Méditerranée	88.000	94.000	101.000	93.000
Total	1.283.000	1.199.000	1.270.000	1.342.500
Trafic aérien (*)	»	»	1.093.000	1.177.500
Total	18.125.000	19.554.000	23.933.000	26.950.000

En outre, des pays nouveaux comme le Liban manifestent pour le tourisme en France un intérêt récent.

(*) Depuis 1957 le transit et le trafic intérieur sont exclus des chiffres annoncés par certains aéroports: une comparaison entre 1957 et les années antérieures n'est donc pas réalisable.

Il faut souligner l'accroissement considérable des passages (touristes et excursionnistes) aux frontières belgo-luxembourgeoise, italienne et allemande.

b) *Les nuitées.*

Le relevé des nuitées permet, dans une certaine mesure, de préciser la proportion relative des touristes et des excursionnistes dans le tableau ci-dessous. Il convient toutefois de signaler le caractère approximatif de ces statistiques établies par extrapolation à partir des données fragmentaires fournies par les seuls hôtels classés « tourisme ».

(1) Source : I. N. S. E. E., et commissariat général au tourisme, étude et conjoncture décembre 1958. Tarif frontalier exclu, mais excursionnistes et voyageurs en transit et touristes inclus (cf. renvoi 5 ci-dessus).

Relevé des nuitées passées en France par des étrangers.

(Tourisme, affaires, congrès.)

(En milliers.)

PAYS	1955	1956	1957	1958
Allemagne	3.581	3.247	3.511	2.193
Amérique latine	1.044	792	750	945
Autriche	485	414	468	236
Belgique	3.836	4.023	4.325	3.395
Canada	387	460	352	448
Danemark	273	225	231	»
Espagne	1.244	1.871	2.125	1.559 (a)
Grèce	350	135	150	»
Irlande	176	172	176	»
Italie	1.265	1.568	1.749	1.738
Luxembourg	212	252	262	»
Norvège	245	204	185	»
Pays-Bas	2.050	2.356	2.173	1.242
Portugal	378	470	549	»
Royaume-Uni	5.626	5.461	5.287	6.111
Suède	557	563	445	»
Suisse	1.995	1.857	1.950	1.388
Turquie	280	174	175	»
U. S. A.	4.607	5.731	4.633	4.943
Yougoslavie	132	149	170	»
Autres pays	149	109	90	1.159

(a) Y compris Portugal.

Source : I. N. S. E. E. et Commissariat général au tourisme.

En 1958, il semble que les touristes venus des pays lointains aient été en nombre croissant. Alors que le phénomène est inverse pour ceux des pays limitrophes.

***

Les tableaux précédents donnent une idée générale du tourisme étranger en France. Les tableaux suivants donneront une idée plus précise de son intérêt pour notre pays :

c) *La répartition mensuelle des touristes.*

Répartition mensuelle des touristes et voyageurs étrangers en France.

MOIS	1953 Etrangers.	1953 Français.	1956	1957	1958
	P. 100.	P. 100.	P. 100.	P. 100.	P. 100.
Janvier	4		4	4	5
Février	5		4	4	5
Mars	6	1	6	5	5
Avril	10		8	10	7
Mai	9		8	10	8
Juin	10	4	12	11	8
Juillet	13	35	15	13	14
Août	13	51	15	14	15
Septembre	11	8	12	18	13
Octobre	9		6	8	9
Novembre	5	1	4	5	6
Décembre	5		4	4	5

Ce tableau permet de constater que la proportion des étrangers qui séjournent en France, pour affaires ou pour tourisme, reste importante en demi-saison.

Il est donc normal d'envisager le tourisme étranger comme une chance appréciable pour les industries touristiques françaises, dont il contribue à étaler la « saison ».

Mais cette constatation n'a qu'une valeur actuelle. Il n'est, en effet, pas certain que la nouvelle catégorie de touristes que l'amélioration des moyens de transports pourrait amener en France disposera d'une latitude aussi grande que la clientèle actuelle pour le choix de la date de ses vacances.

Il est possible qu'ils arrivent à la période de pointe du tourisme national. Ce fait devrait inciter à prévoir d'urgence la réalisation de toutes les formes d'hébergement susceptibles de les intéresser et à développer, à leur usage, une propagande en faveur de régions touristiques qui ne soient pas surchargées à l'époque où ils arriveront en France.

d) *Le bilan financier avec chacun des pays.*

Ce bilan permet d'une part de comparer les résultats obtenus et les prévisions du plan de modernisation et d'équipement : d'autre part de déceler des désaffections dont il serait intéressant de rechercher les causes.

Le tableau ci-après souligne en outre à la fois l'accroissement du nombre des étrangers venus en France en 1959 et les résultats, pour la rentrée des devises, de la suppression du marché parallèle :

Devises échangées auprès des intermédiaires agréés par les étrangers venant passer leurs vacances en France.

(Unités : millions de nouveaux francs.)

	1955	1956	1957	1958	1958 (9 mois).	1959 (9 mois).
Venant de :						
Zone $....	304,594	251,979	248,741	327,624	220,741	613,575
Zone £....	169,060	124,971	87,965	97,293	71,382	179,751
Allemagne.	26,810	21,437	21,679	26,481	19,273	59,829
Autriche...	3,643	5,180	3,272	2,712	1,096	5,551
Danemark.	2,222	2,289	1,358	1,533	1,303	4,145
Norvège....	1,841	1,722	1,372	987	658	1,538
Suède	10,979	8,872	6,755	4,984	3,818	6,688
Espagne ...	51,565	35,350	27,237	27,303	»	»
Italie.....	12,866	12,495	13,702	15,513	9,446	31,193
Pays-Bas...	9,471	6,543	7,819	8,508	6,195	15,435
Portugal...	3,237	2,642	2,173	2,429	1,738	4,586
Suisse.....	19,635	15,323	17,668	23,135	17,304	59,604
U. B. L....	32,952	23,299	23,600	28,493	20,461	73,926
Divers	34,510	29,319	20,373	19,736	»	»
Grèce	»	»	»	»	1,088	940
Turquie....	»	»	»	»	2,096	3,096
Total.....	683,385	541,421	483,714	586,731	376,619	1.059,857

Source : Commissariat général au tourisme.

e) *Les goûts des touristes étrangers.*

M. Planque a fait, pour le commissariat général au plan, en janvier 1957, un rapport sur les goûts et les besoins de cette clientèle.

Ce rapport, basé sur des sondages parmi les touristes étrangers hôtes de la France, sur des rapports des organisations spécialisées en matière de voyages en Europe, sur les rapports des représentants des services officiels du tourisme français à l'étranger, gagnerait, semble-t-il, à être plus abondamment diffusé.

Il permet de constater que la clientèle touristique émanant des pays voisins de la France est une clientèle à faibles moyens, donc sensible aux prix.

Les touristes originaires de l'union belgo-luxembourgeoise marquent une faveur croissante pour les logis de France.

Les Néerlandais recherchent les formes d'hébergement économiques ou complémentaires.

Les Allemands et les Autrichiens recherchent des hôtels à prix modiques.

Les Suisses aiment les hôtels moyens à bon confort sanitaire.

Scandinaves et Anglais sont partisans des petites stations bon marché et des logis de France ; ils demandent la généralisation du « Tout compris ».

Pour les Espagnols, l'action des agences de voyages est déterminante dans le choix de l'hôtel. Ils recherchent les circuits touristiques à bon marché.

Les Portugais apprécient davantage le confort que le luxe.

Quant à la clientèle des pays éloignés, c'est une clientèle de luxe, mais les touristes souhaitent le développement des motels.

f) *Les moyens financiers dont disposent les touristes.*

On a pu noter à ce sujet (1) qu'en 1957 les touristes anglais avaient consacré à leurs vacances les sommes suivantes (2) :

16 p. 100 ont dépensé jusqu'à 25 livres.
29 p. 100 ont dépensé de 26 à 50 livres.
14 p. 100 ont dépensé de 51 à 75 livres.
12 p. 100 ont dépensé de 76 à 100 livres.
4 p. 100 ont dépensé de 101 à 125 livres.
4 p. 100 ont dépensé de 126 à 150 livres.
2 p. 100 ont dépensé de 151 à 175 livres.
4 p. 100 ont dépensé de 176 à 200 livres.
2 p. 100 ont dépensé de 201 à 250 livres.
2 p. 100 ont dépensé 251 livres et plus.

Et le Curtis Publishing Compagny, de Philadelphie, spécialisé dans l'organisation des voyages des Etats-Unis vers l'Europe, considère que 5.000 dollars de revenus annuels constituent le seuil touristique du voyage en Europe.

Le tableau ci-après constitue un essai d'évaluation de l'ensemble des dépenses en 1956 des étrangers, par pays d'origine :

Essai d'évaluation de l'apport touristique étranger (1956).

PAYS	NOMBRE de journées de séjour (en milliers).	DÉPENSE globale (en millions de nouveaux francs).
Belgique-Luxembourg	4.250	146,75
Hollande	2.400	60
Scandinavie	1.500	42
Allemagne	4.000	100
Autriche	550	13,75
Suisse	2.250	67,50
Italie	1.750	52,50
Grande-Bretagne	6.400	193
Espagne	2.000	60
Portugal	400	46
Etats-Unis	6.750	742,50
Canada	650	130
Amérique centrale et du Sud....	1.500	225
Proche et Moyen-Orient.....	600	90
Divers	500	25
Total.....	35.400	1.965

Source : Commissariat général au plan, section du tourisme, rapport Planque, janvier 1957.

2° **Tendances.**

Chacun de ces marchés présente en outre, du point de vue des possibilités d'expansion, un intérêt différent. Le rapport qui a servi de base aux prévisions du troisième plan français en matière de tourisme concluait sur ce point à l'existence de trois catégories de marchés touristiques étrangers :

1° *Les marchés stabilisés* (Belgique, Suisse, Portugal) pour lesquels les efforts doivent tendre à la consolidation des résultats acquis ;

2° *Les marchés susceptibles d'un certain développement* (Pays-Bas, Canada, Amérique centrale et Amérique du Sud, Scandinavie, Grande-Bretagne) ;

3° *Les marchés susceptibles d'un développement certain* (Allemagne, Autriche, Italie, Espagne et surtout Etats-Unis).

Mais depuis janvier 1957, date de sa publication, des événements nouveaux sont intervenus, qui risquent de modifier ces conclusions.

D'autre part, une concurrence nouvelle est née et la concurrence traditionnelle s'est accrue. Le tourisme étranger en France en sera affecté si des courants touristiques nouveaux ne sont pas créés.

D'autre part, l'accroissement de la rapidité et de la capacité des moyens de transports, notamment aériens, et l'abaissement corrélatif du coût des voyages vont multiplier les échanges touristiques entre pays plus ou moins éloignés.

(1) Cf. I. T. A. n° 12, 23 mars 1959.

(2) Il s'agit de dépenses faites dans l'ensemble des pays où les touristes anglais ont pris leurs vacances.

Trois courants touristiques vont vraisemblablement se dessiner dans les toutes prochaines années :

— Un courant accru de touristes étrangers vers la France ;

— Un courant accru de touristes français vers l'étranger ;

— Un nombre accru de clients traditionnels de la France, qui s'orienteront désormais vers des pays plus lointains.

Il importe que le solde de ces différentes tendances demeure positif pour la France.

Il convient donc que sa politique touristique s'adapte à cette situation nouvelle. Elle doit tendre à retenir la clientèle actuelle, relativement stable et en majorité aisée. Elle doit s'efforcer également d'attirer le nouveau courant de clients plus itinérants et dont les moyens seront plus limités.

Il est donc indispensable de faire un sérieux effort de propagande. Les buts et les moyens en sont étudiés au chapitre suivant.

CHAPITRE III

LA PROPAGANDE

En liaison étroite avec l'étude des marchés et les impératifs de rentabilité de l'équipement touristique, la propagande doit tendre non seulement à retenir et attirer le maximum de clientèle étrangère, mais s'efforcer encore de la répartir au mieux des intérêts régionaux en tenant compte de la situation actuelle de l'industrie touristique française.

Il est en effet souhaitable d'orienter hors saison nos hôtes étrangers vers les régions françaises dont la capacité, en période de pointe touristique, est utilisée en totalité par les touristes nationaux et de les renseigner exactement sur certaines stations dont le manque d'équipement pourrait les surprendre.

En outre, dans la conjoncture touristique actuelle, la propagande a tout intérêt à être groupée en faveur des pays européens ayant des intérêts touristiques communs. Déjà la France participe à la propagande des pays de l'Europe de l'Ouest vers les Etats-Unis d'Amérique et à la propagande des pays alpins vers l'Amérique du Nord et du Sud. Un groupement touristique de l'Europe des Six fait actuellement l'objet d'études très avancées. Il reste encore, semble-t-il, beaucoup à faire pour une propagande commune en faveur des possibilités touristiques et cynégétiques des départements d'outre-mer pour lesquels se lève peu à peu l'hypothèque de la distance, du manque de confort et de l'insécurité.

1° La coordination.

a) *La coordination des services français à l'étranger.*

Il serait infiniment regrettable que les efforts de propagande faits par le commissariat général au tourisme en faveur du tourisme en France soient gênés ou seulement ignorés par les autres organismes français — même s'ils ont professionnellement des intérêts plus restreints. La coordination existante entre ambassades, consulats, organismes officiels ou privés, compagnies de transports, professions doit donc être toujours plus étroite.

Si la concentration de tous les organismes ayant une possibilité d'action touristique apparaît propre à assurer une coordination meilleure, leur dispersion crée une possibilité de propagande par répétition qui n'est pas négligeable.

Il semble que ces deux possibilités doivent, à l'étranger, être exploitées sans esprit de système en tenant compte des cas d'espèces.

Votre section des transports et du tourisme s'est demandée si, à l'exemple de certains pays étrangers, la création d'une agence commerciale quasi officielle complétant les services du commissariat général au tourisme ne viendrait pas utilement renforcer l'action de tous les services français à l'étranger en faveur du tourisme en France.

La plupart des problèmes que poserait sa création (politique économique, financement, relations extérieures, organisation administrative) échappent à sa compétence.

b) *Coordination en France.*

Sur le plan national, l'effort de coordination doit réaliser un arbitrage entre modes de tourisme et entre communes touristiques dont le zèle louable et les intérêts légitimes sont parfois un peu exclusifs et gagneraient à être groupés autour d'un centre régional.

Il serait souhaitable qu'une coopération s'instaure entre tous les Etats membres de la Communauté en vue de faire connaître et d'exploiter au mieux leurs possibilités touristiques.

c) *La coordination avec les pays de la Communauté et les pays limitrophes.*

Il faut, en outre, en raison de la tendance du tourisme à l'itinérance, rechercher une coopération avec les pays limitrophes en vue d'organiser des circuits communs accompagnés d'une propagande commune à dimensions européennes.

La création récente de sept grands circuits de la « douce France » par fer, route et eau, avec « cordial salut aux pays voisins », est à ce sujet une expérience intéressante à suivre, voire à généraliser.

d) *Conclusion.*

Il paraît tout indiqué de laisser la responsabilité de coordonner tous les efforts à un maître d'œuvre, qui devrait être le commissaire général au tourisme.

Le comité interministériel du tourisme récemment institué, la création de dix postes de délégués régionaux au tourisme, la réorganisation du conseil supérieur du tourisme, tendent à lui assurer une autorité et des moyens administratifs accrus. Il serait souhaitable de lui assurer une plus grande autonomie d'action et la disposition de moyens financiers à la mesure de l'œuvre à accomplir.

En dehors de l'effort indispensable de coordination, la propagande exige, pour être efficace, d'être centrée sur des thèmes généraux.

2° Les thèmes généraux.

Parmi ceux-ci, il semble que les notions « tourisme de prestige, décentralisation des sites, climat favorable à l'étalement de la saison, possibilités de tourisme pour tous les goûts et toutes les bourses, tourisme culturel et de congrès dans les villes d'art et d'histoire ou dans les stations thermales ou balnéaires » sont particulièrement indiquées.

Ces thèmes devraient être diffusés même par nos concitoyens en voyage à l'étranger, qui deviendraient ainsi les véritables avocats du tourisme en France.

3° Les procédés.

Dépliants, radio, cinéma, télévision, ont permis d'heureuses réalisations. Mais cette propagande gagne à être soutenue par un démarchage constant auprès de tous ceux qui peuvent avoir une influence sur le tourisme étranger en France. La faiblesse des crédits n'est pas toujours une excuse suffisante au manque de dynamisme et d'initiatives. Il y aurait lieu enfin d'arrêter une politique propre à stimuler le zèle des agences françaises et étrangères qui organisent des voyages en France et à l'étranger.

La propagande touristique devrait en outre développer une politique de présence dans toutes les manifestations françaises à l'étranger et à toutes les manifestations auxquelles participent des étrangers.

Il faudrait peut-être aussi insister sur la contre-propagande que nous fait parfois auprès des étrangers notre esprit de dénigrement.

Mais il faudrait surtout considérer que la meilleure propagande est celle des touristes satisfaits. Il appartient à chaque Français de se convaincre qu'il peut créer et accréditer le climat de bonne hospitalité de la France soit en renseignant et documentant nos visiteurs, soit en prolongeant et en soutenant les efforts publicitaires développés au préalable .

Dans un domaine où l'initiative et la gentillesse sont presque aussi utiles que les crédits, le rôle de l'école, des syndicats d'initiatives, etc., apparaît ici primordial, surtout s'il s'appuie sur les collectivités locales, notamment les comités départementaux animés par les conseils généraux. L'expérience prouve en effet que le touriste étranger qui a effectué un circuit international revient souvent pour des vacances sédentaires dans un pays qui lui a plu.

Le rôle des agences de voyage à ce sujet ne doit pas être négligé.

Il conviendrait aussi de supprimer les questionnaires et fiches à remplir par les étrangers ou, à tout le moins, de faire en sorte qu'ils ne leur apparaissent pas comme une tracasserie ou une mesure inquisitoire propre à les mettre en garde contre la France.

4° Les crédits (1).

Quelle que puisse être cependant la bonne volonté individuelle ou collective, elle ne peut pas suppléer l'absence de crédits. La concurrence en matière touristique est si âpre entre tous les pays qu'aucun effort ne doit être négligé. Or, entre 1955 et 1956 sur le marché américain, enjeu d'une compétition sévère, la France a dépensé en « publicité payante » 2 p. 100 de moins aux Etats-Unis alors que les pays européens dépensaient 59 p. 100 de plus.

Dans le même temps, aux Pays-Bas, le budget de l'office était augmenté de 50 p. 100 (135 millions de florins contre 86) ;

En Belgique, de 20 p. 100 (45 millions de francs belges contre 38 millions) ;

En Allemagne de 40 p. 100 (6 millions de DM contre 4,320 millions) ;

En Italie, de 50 p. 100.

C'est la France qui dépense relativement le moins pour sa propagande à l'étranger. Et cette carence est d'autant plus regrettable que les efforts en ce domaine paraissent devoir être stimulés. Le budget de 1960 comporte à cet égard une augmentation de 347.000 NF, sur un total de 8.113.900 NF consacrés aux bureaux du tourisme, dont la qualité ne peut compenser le nombre restreint et les moyens financiers trop limités (sur un budget total de 57.961 millions de nouveaux francs, les crédits affectés au tourisme dépasseront légèrement en 1960 22 millions de nouveaux francs).

Mais tous ces efforts demeureront dispendieux et finalement inutiles s'ils ne s'appuient pas sur une mise en valeur systématique des possibilités touristiques nationales.

CHAPITRE IV

LA MISE EN VALEUR DES POSSIBILITES TOURISTIQUES NATIONALES

Le sens de l'accueil est le complément indispensable de la propagande.

Avant d'étudier les possibilités pratiques de l'hébergement, il y a lieu d'étudier les formules propres à rendre la France accueillante.

1° Les mesures propres à faciliter l'accueil.

Nous nous bornerons à citer :

a) *Parmi les réalisations existantes qu'il conviendrait de développer :*

— le bon accueil dès le contrôle douanier : la création des bureaux des douanes Paris-tourisme (arrêté du 28 février 1952) et celle plus récente d'hôtesses des douanes pourraient être complétées par un effort pour donner un aspect plus accueillant aux locaux des douanes et par une accélération des formalités (contrôles en marche). Notons à ce sujet l'effort fait sur l'aérodrome de Genève en collaboration avec les douanes des trois pays et le contrôle unique en marche sur les autorails France—Italie, etc. ;

— la généralisation des hôtesses et des guides (de Paris, de la S. N. C. F., des foires, des syndicats d'initiatives, etc., des traducteurs et interprètes) ;

— les initiatives des grandes associations d'usagers (guides, plans directeurs, locaux d'accueil et de renseignements) ;

— le service d'accueil du commissariat général au tourisme.

b) *Parmi les réalisations à promouvoir :*

— la création de services pour saluer nos hôtes et s'enquérir de leurs desiderata et suggestions, d'un service « après vente », procédant à la rigueur par sondage, et toute mesure tendant à donner aux touristes étrangers l'impression qu'ils sont, individuellement, nos invités.

— la création des « portes de France » envisagée dans le troisième Plan ;

— le soutien efficace des syndicats d'initiatives et autres associations en fonction des efforts qu'ils accomplissent ;

— la création de véritables services (tels que ceux déjà mis sur pied par certaines collectivités aptes à faciliter en toutes choses le tourisme étranger en France, qu'il soit groupé ou individuel [télex, centralisation des renseignements, etc.]).

Mais ces mesures doivent s'accompagner d'une utilisation optima des ressources existantes, et notamment du thermalisme et du climatisme, des possibilités sportives, des congrès, des sites et autres appels touristiques.

(1) Rapport de M. Montfajon sur le plan.

2° Le thermalisme et le climatisme.

Malgré l'extrême richesse de la France en ce domaine, seules les grandes stations semblent connues de nos hôtes étrangers.

La diversité de nos stations de cures thermales est mal connue, leurs propriétés ignorées le plus souvent.

L'institution d'un crédit thermal permettrait d'aider la modernisation de nos petites stations.

Une propagande bien conçue en leur faveur, basée sur le calme et les bienfaits qu'elles procurent, pourrait orienter vers elles hors saisons une clientèle étrangère généralement fidèle.

De même les caractères différents des mers et des montagnes françaises devraient être davantage soulignés et la propagande pour les forêts françaises pourrait être développée.

3° Les sports.

Un effort sérieux est à faire dans ce domaine car les multiples possibilités françaises sont mal exploitées.

Citons notamment les sports nautiques, fort appréciés des Scandinaves et des Anglais, que la richesse en rivières et en côtes maritimes permet de pratiquer en France à peu près en toutes régions.

Les possibilités en matière de chasses et de pêche, notamment dans les pays de la Communauté, doivent également être exploitées.

Surtout, il faut souligner la source encore insuffisamment exploitée de devises que constituent les sports d'hiver en France. En 1957-1958 la proportion des étrangers dans nos stations de sports d'hiver était à peine de 7 p. 100 alors que les stations suisses attirent au moins 50 p. 100 d'étrangers.

Certes l'équipement de nos stations suffit à peine à la demande nationale. Il serait donc souhaitable que son amélioration soit poussée. Mais il est probable qu'une propagande active jointe à des aménagements techniques plus poussés permettrait d'attirer des sportifs étrangers en saison et même aux époques creuses des débuts et fins de saisons.

4° Les congrès.

Toutes les possibilités offertes par les congrès internationaux ne semblent pas avoir été rationnellement exploitées et les aménagements techniques (salles, installations, etc.) ne sont pas toujours suffisants pour satisfaire ces assemblées et faire face à la concurrence, surtout lorsque ces congrès atteignent l'importance numérique des « conventions ».

Un effort toutefois est fait. En liaison avec tout ce qui fait le prestige de la France, de nombreux étrangers sont invités à participer à des congrès. Chacun d'eux s'accompagne généralement d'un circuit propre à faire apprécier nos sites, nos villes, nos réalisations industrielles, artisanales et agricoles, notre gastronomie. Pareilles initiatives doivent être généralisées. D'autant que la possibilité de fixer à l'avance leur calendrier permet de choisir une date hors saison à l'industrie touristique française.

5° Les sites, les monuments historiques et autres appels touristiques.

Il serait souhaitable que les efforts communs tendent à donner à certaines villes et à certaines régions françaises une renommée internationale.

Tout ce qui peut attirer le touriste (urbanisme, monuments modernes et historiques, musées, spectacles, folklore, arts, gastronomie, vins et produits agricoles français) doit être mis en valeur s'il présente un réel intérêt et une classe internationale.

En outre, doivent être recherchés tous les pôles d'attraction nouveaux capables de séduire les touristes étrangers individuels ou groupés. L'utilisation touristique de la navigation sur le Rhin est un exemple à méditer. L'apport en devises qu'il constitue depuis longtemps devrait inciter la France à soutenr les efforts entrepris pour créer ou développer la navigation touristique sur ses nombreuses voies d'eau.

Les réalisations techniques en métropole et en Afrique ont à ce sujet un pouvoir d'attraction dont les Français ne semblent avoir pris conscience que récemment (possibilités techniques, culturelles et sportives du Sahara notamment).

Il est particulièrement grave de voir se dégrader, faute de moyens financiers suffisants, un capital « vieilles pierres » pourtant inventorié par les « Monuments historiques ». Ce chapitre du budget devrait donc être reconsidéré.

Visites touristiques, visites d'usines et de réalisations techniques peuvent fort bien se cumuler afin de faire mieux connaître la France à des techniciens qui seront ensuite, avec leur famille des touristes. Mais l'excès comme la médiocrité en cette matière doivent être condamnés.

La diversité de ces pôles d'attraction qui constitue pour la France une chance presque unique au monde mérite de la compréhension de tous et un soutien financier à la mesure de la

valeur exportatrice qu'elle représente. L'Italie a, par l'intermédiaire de la caisse du Midi et des îles, financé la mise en valeur des sites touristiques du Sud de son territoire.

Les économies régionales pourraient peut-être par les voies normales de financement (collectivités locales, monuments historiques, etc.) obtenir l'affectation de certains crédits à des réalisations touristiques intéressantes en fonction des possibilités d'appel de devises qu'elles représentent.

6° Les circuits.

Il faut proscrire la saturation, la dissémination et les particularismes locaux jaloux. C'est dans le cadre des circuits, régionaux, nationaux voire internationaux, qu'il convient d'inclure cette politique de mise en valeur des sites et monuments. Le groupement des intérêts en cause facilitera le financement des travaux nécessaires (aménagement des accès, signalisation, création de routes touristiques) et rendra plus facile la solution de problèmes jusqu'ici mal résolus (propreté des abords, guides compétents, brochures explicatives en plusieurs langues, élimination de la propagande en faveur des monuments sans intérêt suffisant).

Il conviendrait sans doute de faire un effort particulier en matière de circuits qui sont trop souvent établis en fonction des horaires plus que construits autour d'un thème général (art, histoire, technique, gastronomie).

Il semble que certains modes de locomotion pourraient y être inclus, notamment le nautisme, la navigation côtière. Les circuits touristiques actuels sont trop souvent si chargés que les touristes n'en gardent qu'une notion précise : la fatigue.

Certes, la tendance a été jusqu'ici d'offrir le maximum de choses à voir dans le minimum de temps. Il n'est pas sûr qu'une propagande basée sur le calme, la détente, la pénétration des choses visitées, ne recueillerait pas un succès inattendu.

Mais la mise en valeur des possibilités françaises ne saurait laisser indifférent le commerce local.

7° Le commerce local.

Il n'appartient pas à notre section des transports et du tourisme d'étudier dans le détail le rôle que peut et doit jouer, pour son propre intérêt et celui de tous, le commerce local en matière de tourisme. Enumérons simplement les difficultés que créent :

— la méconnaissance des langues : bien souvent le commerçant ignore toute langue étrangère. Il ne songe pas et ne peut donc pas bénéficier de la force d'attraction que constituent l'affichage et la signalisation en plusieurs langues de ses produits et de ses conditions de vente. L'affichage multilingue devrait d'ailleurs être de règle partout tel qu'il est pratiqué depuis longtemps dans les moyens de transports internationaux (S. N. C. F., aviation, etc.) ;

— la difficulté d'horaire : les touristes anglo-saxons notamment seraient d'éventuels chalands entre 12 et 14 heures. Mais ils trouvent, surtout en province, beaucoup de magasins fermés ;

— les horaires des banques et des P. T. T., dont les « ponts » (mai - 15 août) coïncident avec l'afflux des touristes étrangers. Malgré les efforts faits pour multiplier les bureaux de change aux frontières et dans les aérogares et gares, l'organisation actuelle laisse encore trop les touristes, notamment ceux qui viennent en France pour le week-end, en face de difficultés pour changer leurs devises ;

— les vacances simultanées des commerçants : quelques villes françaises, placées sur des circuits touristiques, sont littéralement mortes en août.

Dès le 15 septembre, la plupart des stations balnéaires ferment ainsi que les villes thermales, alors que nos hôtes étrangers pourraient être incités à s'y attarder. Il serait souhaitable que chaque fois que le climat s'y prête, l'activité des stations soit prolongée.

Il y aurait, semble-t-il, beaucoup à faire pour généraliser et normaliser l'usage des travellers-chèques et des devises entraînant détaxes, notamment en facilitant leur remboursement et en éliminant les risques qu'ils comportent.

Enfin, le commerce français pourrait s'inspirer des exemples étrangers pour servir de support à la propagande en faveur des productions françaises. Un essai a été tenté dans l'hôtellerie en faveur des métiers d'art. Mais la généralisation des vitrines d'exposition, des dépliants-réclames pourrait créer une véritable « mode » des articles français, à condition que les touristes soient exactement renseignés sur les franchises et les tolérances douanières.

S'il est à peine besoin de souligner toute l'importance du climat commercial à base d'amabilité et d'honnêteté pour le bon renom du tourisme français, il faut par contre s'élever contre l'effet déplorable que font sur les touristes étrangers les sollicitations trop insistantes des rabatteurs en concurrence trop évidente.

8° Les différentes formes de l'hébergement.

Il est bien certain que les possibilités d'hébergement constituent la base même du tourisme et pas spécialement du tourisme international. Mais toute insuffisance, quantitative comme qualitative, aboutira inéluctablement au détournement hors de France du courant de touristes étrangers.

Or la capacité hôtelière française tend à diminuer : depuis le 1er septembre 1943, près de 600 hôtels ont disparu (150 ont été transformés en appartements, 450 ont cessé leur exploitation).

En échange, de 1952 à 1949 (premier trimestre), les crédits du plan d'équipement ont permis la création de 21.749 chambres et l'aménagement de 65.000 autres.

La capacité d'hébergement est actuellement en France de 2,5 lits par kilomètre carré (rappelons qu'en Suisse — pays dont la politique touristique est particulièrement poussée — la capacité est de 4,5 lits au kilomètre carré).

Dans le cadre d'une politique active d'appel au tourisme étranger en France, il faut insister sur le fait qu'à brève échéance, l'hébergement français ne pourra plus faire face en période de pointe à l'accroissement du nombre des touristes étrangers, que les compagnies aériennes de transports vont s'efforcer d'orienter vers l'Europe pour assurer la rentabilité de leurs quadri-réacteurs. D'ores et déjà, l'insuffisance d'équipement hôtelier de l'Afrique du Nord, du Sahara et des pays de la Communauté français constitue un goulot d'étranglement pour le développement du tourisme.

Le tableau ci-dessous, extrait d'une enquête par sondage réalisée par l'I. N. S. E. E. (cf. Etudes et conjonctures, p. 1129), révèle, pour les années 1956 à 1958, le coefficient d'occupation suivant dans les hôtels (tourisme national compris). Les résultats des années 1954-1955 figurent en annexe.

	AVRIL			MAI			JUIN			JUILLET			AOUT			SEPTEMBRE		
	1956	1957	1958	1956	1957	1958	1956	1957	1958	1956	1957	1958	1956	1957	1958	1956	1957	1958
Ensemble	48	49	48	47	48	45	52	54	50	69	70	65	82	83	83	58	62	62
Par catégories :																		
Une étoile	41	38	40	38	39	37	47	46	45	66	68	62	83	82	83	52	56	56
Deux étoiles	46	47	50	48	46	46	53	54	52	70	70	66	81	85	83	61	64	65
Trois étoiles	57	58	59	53	53	51	56	59	55	75	73	72	84	84	83	60	65	65
Quatre étoiles	63	60	56	64	61	61	63	59	56	69	68	66	82	81	80	67	66	66
Par genre de localités :																		
Stations balnéaires :																		
Manche	26	27	29	26	16	34	31	29	27	66	53	52	85	79	74	30	30	35
Atlantique	22	25	22	21	16	19	26	26	24	53	59	50	86	91	89	35	36	51
Méditerranée	59	61	49	47	52	49	49	56	44	62	69	69	92	95	95	66	74	67
Stations thermales	33	33	37	31	38	36	45	47	47	69	68	48	82	84	84	39	48	50
Stations de montagne	32	22	25	22	20	21	23	26	26	52	55	47	80	77	83	29	28	35
Autres centres touristiques	34	40	58	41	48	58	43	52	62	67	67	76	84	86	93	63	67	78
Paris	68	70	68	81	82	79	88	86	80	79	80	78	74	69	70	86	88	84
Autres grandes villes	58	62	63	67	63	59	71	68	64	83	75	72	84	84	79	78	78	74
Autres localités	50	49	46	52	42	45	58	49	48	73	67	62	97	81	79	66	59	60

Certes, la diminution de la capacité hôtelière française n'a pas eu de répercussion mathématique sur le coefficient d'occupation des chambres Il faut voir là les effets conjugués de mauvaises saisons touristiques et du développement des forces d'hébergement dites complémentaires, notamment du camping, caravaning, motels et châteaux ou hauts lieux historiques, villas, etc.

Mais le risque d'un détournement du courant touristique au profit des pays limitrophes ou éloignés faute d'un hébergement français suffisant n'en demeure pas moins sérieux à brève échéance.

Deux solutions seulement paraissent possibles : résorber la pointe du mois d'août ou accroître la capacité d'hébergement de l'hôtellerie française et de ses formes complémentaires.

Le tableau ci-dessus ne révélant de danger de saturation qu'en août, la solution immédiate semble être un aménagement des dates. Il serait de mauvais effet psychologique de détourner les étrangers de France en août. C'est donc sur les habitudes nationales qu'il conviendrait d'agir. Mais de telles difficultés, de tous ordres sont à prévoir, qu'il paraît plus rationnel, sans renoncer à préconiser cette solution, qui sera d'ailleurs ultérieurement étudiée plus à fond par la section des transports et du tourime, de se rallier à la deuxième solution plus coûteuse certes, mais finalement plus réaliste en raison du développement prévisible du tourisme international.

Les objectifs du troisième plan ont été précisés au début de ce rapport. Pour les compléter, il pourrait être envisagé de faire appel à des capitaux étrangers. Cette dernière formule, utilisée à l'étranger, postule une politique financière nouvelle en faveur des capitaux investis en France ; problème qui échappe à la compétence de votre section des transports et du tourisme.

Il faudra, de toute manière, s'efforcer de tenir compte de l'accession prochaine au tourisme d'une nouvelle clientèle étrangère, à moyens plus limités, à goûts nouveaux parce qu'itinérante, et prévoir pour elle des modes d'hébergement conformes à ses goûts et ses possibilités (motels, villages de vacances, maisons de jeunes, campings souriants et propres, caravaning, gîtes ruraux, etc.), sans négliger pour autant la clientèle plus aisée qui souhaiterait bien souvent trouver en France un confort plus réel plutôt qu'un luxe désuet.

Les améliorations souhaitables.

Mais outre ces améliorations dans la capacité et de la modernisation de l'hébergement, sous toutes ses formes, il y aurait intérêt à multiplier les services rendus en établissant une collaboration étroite entre les divers modes d'hébergement et une centralisation effective des renseignements.

En ce qui concerne le coût de la vie en France, de nombreuses critiques ont été formulées jusqu'à ces dernières années.

La situation s'est depuis, sensiblement améliorée et, à service égal, il apparaît, qu'en 1959, les prix français étaient équivalents à ceux de la plupart des pays étrangers.

Mais certaines « surprises » ont indisposé nos hôtes. Le Conseil économique et social ne saurait donc trop insister pour la généralisation des efforts déjà entrepris en faveur des prix « tout compris » dans l'hôtellerie.

La meilleure façon de décourager les critiques serait de publier les prix le plus longtemps possible à l'avance et de s'y tenir. Il est significatif de constater que les touristes étrangers susceptibles de prévoir les conditions d'hébergement en France ont généralement prolongé leur séjour (1).

Enfin, rappelons encore l'importance de l'accueil. Tous les responsables des industries, commerces et organismes touristiques, toutes les collectivités locales et services publics devraient préconiser une « politique du sourire » pour la bonne réputation touristique française.

9° La politique des moyens de communications.

L'importance des moyens de communications ne saurait être sous-estimée en matière de tourisme étranger, d'abord parce qu'ils constituent souvent la première forme de l'accueil, ensuite parce qu'ils permettent et souvent conditionnent les déplacements, enfin parce qu'ils constituent en eux-mêmes un facteur de collecte de devises étrangères.

(1) Cf. Les impératifs du tourisme, par M. Montfajon.

Le trafic.

Le trafic aérien, maritime, ferroviaire vers la France, effectué avec des compagnies françaises est une source incontestable de devises. L'apparition des quadri-réacteurs rapides et économiques va constituer, dès 1960, une très sérieuse possibilité d'accroissement du nombre des touristes en France et dans les territoires de la Communauté.

Le trafic routier par cars, voitures et motos est considérable : la route étant le moyen complémentaire, sinon le moyen principal de circulation des touristes. Il semble en effet (1) qu'environ 50 p. 100 du tourisme international européen soit assuré par la route. Mais l'apport en devises du trafic routier est difficile à apprécier car aux frais d'essence s'ajoute la somme des menus frais inhérents à l'usage d'une automobile.

Tarifs.

La plupart des modes de transports consentent sous diverses formes des rabais « touristiques » importants dont les étrangers peuvent bénéficier. Il serait, du point de vue français, souhaitable que toute la publicité désirable soit faite à ce sujet auprès des étrangers voyageant isolément non pas seulement au départ de leur pays mais également à l'occasion de chacun de leur déplacement à l'intérieur de la France. La pratique de tarifs réduits, hors saison, pourrait être encouragée.

En ce qui concerne la route, la détaxation de l'essence « touriste » constitue une sage mesure en usage dans presque tous les pays européens. Mais cette mesure n'est pas appliquée aux nationaux et le prix élevé du carburant constitue un handicap pour les agences de voyages françaises. Il incite en outre les automobilistes français à voyager à l'étranger et accroît ainsi le débit de notre balance touristique avec l'étranger. En outre, rien ne semble avoir été prévu pour les différents « péages » qui frappent ou frapperont le tourisme routier (ponts, parcs, autoroutes, etc.).

Possibilités.

Le réseau routier.

L'infrastructure routière française n'a pas suivi le développement de la circulation automobile. Le problème des autoroutes étrangères et françaises est trop connu pour être à nouveau étudié ici. Nous nous bornerons donc à signaler les conséquences regrettables du retard de notre réseau autoroutier et l'encombrement qui en résulte pour nos routes qui ne peuvent plus faire face au développement de la circulation touristique, surtout pendant les vacances, et au trafic intense des poids lourds. La section des transports envisage de traiter ce problème au fond dans le cadre d'une étude sur les « pointes » de transport. Mais elle tient à signaler l'effort des pays voisins pour constituer un réseau autoroutier international continu. Ce qui risque de détourner de la France une partie des automobilistes étrangers.

Mais, en fonction du réseau routier actuel, certaines initiatives méritent d'être encouragées car elles seraient propres à séduire les touristes étrangers et à prolonger leur séjour hors des grands axes touristiques. C'est le cas des routes de « vagabondage » et de toutes les routes touristiques existantes ou à créer. Un effort devrait également être entrepris pour que la publicité n'envahisse pas leurs abords et que la signalisation des curiosités locales (sites, musées, monuments) soit intelligemment assurée et ne soit pas pléthorique.

Les commissions existantes pourraient se pencher tout spécialement sur les « routes touristiques » comme elles devraient également le faire, sur un autre plan, pour une signalisation de qualité en faveur des communes isolées par le détournement d'un axe routier.

Les autres modes de transport.

Les efforts faits notamment par les constructeurs automobiles, les compagnies aériennes et la S. N. C. F. pour améliorer vitesse, confort et visibilité sont incontestablement appréciés par les touristes étrangers utilisant les transports en commun et ont fait récemment l'objet d'une propagande intelligente. Autre idée heureuse que celle d'inviter à des stages dans les services commerciaux des compagnies aériennes et de la S. N. C. F. des représentants des agences de voyages.

(1) Source : O. E. C. E.

Des mesures prises par ces compagnies pour les transports des automobiles connaissent un succès qui prouve qu'elles correspondent à un véritable besoin. Elles ne représentent actuellement qu'une possibilité d'enlèvement très faible par rapport aux véhicules qui utilisent les routes et ne concurrencent donc pas sérieusement les professions touristiques. Il en est de même des possibilités de location de voitures avec ou sans chauffeur, notamment dans les aérodromes, ports et gares.

Toutes ces mesures soulignent, comme toutes celles qui ont été signalées ou préconisées dans le présent rapport, la volonté de la France d'offrir aux touristes étrangers la gamme de services la plus étendue possible. Or, l'abondance des services rendus est une des formes les plus appréciées de l'accueil.

Enfin, pour concilier l'intérêt qu'il y aurait à faire connaître aux touristes étrangers le visage multiple de la France, l'inciter à s'y attarder et à y revenir, et le désir bien légitime de celui-ci de perdre en déplacement le moins de temps possible, il serait intéressant de généraliser les billets combinés (aller par mer, retour par air, billets train-auto ou air-auto). La dernière initiative prise à ce sujet par Air France (voiture achetée aux U. S. A. et livrée à Orly à la sortie de l'avion) mériterait d'être suivie et généralisée en raison de la propagande qu'elle constitue en faveur des produits français.

C'est peut-être aux transports qu'incombe finalement le rôle le plus important dans l'écrasement des pointes. En consentant des tarifs hors saison en collaboration avec les efforts similaires de l'hôtellerie, ils incitent les étrangers à venir en France hors des mois de pointe, renforçant ainsi la rentabilité de l'équipement hôtelier. Grâce aux réductions de tarifs accordés pendant les périodes creuses, près de 60 p. 100 des touristes américains visitent la France pendant les périodes hors saison (1).

C'est à eux également, par la coordination de leurs horaires et de leurs efforts qu'il appartient d'attirer les touristes étrangers vers des régions peu connues parce que peu accessibles (en métropole et outre-mer) et de faire passer par la France, fût-ce en transit ou en circuit européen, ceux d'entre eux pour lesquels elle ne constitue *a priori* ni un but, ni un attrait suffisant en soi. Ajoutons enfin que les horaires sagement calculés pourraient inciter les touristes sur le point de quitter la France à une ultime flânerie fort intéressante pour un commerce avisé.

CHAPITRE V

FINANCEMENT, CREDIT ET FISCALITE

Bien que ce rapport soit spécialement orienté vers le développement du tourisme étranger en France, il est clair que cet aspect du tourisme ne peut être complètement isolé du tourisme intérieur et que les mesures envisagées dans ce chapitre sont, d'une façon générale, destinées à développer le tourisme dans son ensemble. Toutefois, on peut aisément concevoir que des mesures spéciales puissent être prises en vue d'accroître le mouvement touristique international vers la France.

Les mesures prises pour faciliter le financement des divers modes d'hébergement offrent un bon exemple de mesures spéciales s'insérant dans une réglementation d'ordre plus général.

La réglementation actuelle prévoit que des prêts peuvent être accordés à l'hôtellerie, à ce qu'il est convenu d'appeler les formes d'hébergement complémentaires (terrains de camping, villages de vacances, maisons familiales, gîtes) et à l'équipement dit « collectif » (remontées mécaniques dans les stations de sports d'hiver, aménagement de plages, baignades, ports de plaisance, etc.).

La durée de ces prêts peut atteindre quatorze ans et le taux en est, en règle générale, de 5 p. 100. Toutefois les associations de « Logis de France » ont permis, grâce aux bonifications d'intérêt accordées par les conseils généraux, de ramener le taux à 3 p. 100 pour la petite hôtellerie désireuse de se moderniser et d'accéder à la catégorie d'hôtels de tourisme.

Enfin — et c'est là qu'intervient la mesure visant spécialement le développement du tourisme étranger — les hôtels classés de « Tourisme international », c'est-à-dire ceux dont la clientèle étrangère atteint au moins 25 p. 100 à Paris et 15 p. 100 en province, pendant la saison, de l'ensemble de la clientèle, peuvent bénéficier de prêts à 3 p. 100. Cette mesure, prise en 1955 et mise en œuvre à partir de 1956, a déclenché un nouvel effort de modernisation parmi les hôtels des catégories supérieures qui reçoivent la plus grande partie de la clientèle étrangère et qui avaient hésité auparavant à faire appel aux crédits de l'Etat. Le rapport de la C. C. C. H. C. I. (2) sur les crédits d'équipement consentis en 1957 signale « qu'une part importante de l'augmentation des prêts accordés a été affectée aux hôtels 3 et 4 étoiles, tandis que le montant des prêts consentis aux hôtels 1 et 2 étoiles restait à peu près stable. Ce mouvement tient incontestablement à l'institution en 1956 d'un régime préférentiel en faveur des hôtels sélectionnés de tourisme international, dont l'application effective a commencé seulement à la fin de 1956 et ne s'est vraiment développé qu'au cours de l'exercice écoulé ».

Il serait souhaitable que toutes les catégories d'hôtels fussent à même de profiter dans les meilleures conditions de ces prêts.

L'application du taux réduit à tous les hôtels aboutirait sans doute à la modernisation des hôtels « 2 étoiles » dont le besoin se fait vivement sentir.

Le relief que nous donnons à cette mesure n'a d'autre intention que de montrer que la politique touristique peut et doit se traduire par des mesures spécialement destinées à développer le tourisme étranger.

L'ensemble de cette réglementation a donné depuis 1947 les résultats suivants :

Montant des investissements affectés à l'équipement touristique de 1947 à 1959.

NATURE DES OPERATIONS	COUT DES OPERATIONS (En milliards de francs.) Dépenses effectuées.										TOTAL	
	1947/1948	1949	1950	1951	1952	1953	1954	1955	1956	1957	Au titre du 2e plan.	Fin 1957
Equipement hôtelier	15	11,2	15	10	6	4,5	5,4	6,9	8,7	10,9	31,9	75,5
Equipement collectif des stations	1,5	2,4	3	1,5	0,8	0,8	0,8	0,5	0,5	0,6	2,4	9,62
Equipement thermal	0,7	0,7	1,5	0,66	0,3	0,3	0,33	0,4	0,3	0,3	1,3	3,67
Divers	0,7	0,7	1,5	0,5	0,5	0,4	0,5	0,6	0,8	1,2	3,1	6,24
Total	17,9	14,9	20,2	12,66	7,6	6	7	8,4	10,3	13	38,7	95,21
Soit en francs réévalués aux prix de 1957 (*)	93						8	9,6	11	13	41,6	134,6
En milliards de NF	0,179	0,149	0,202	0,1266	0,076	0,06	0,07	0,084	0,103	0,13	0,387	0,9521

N. B. — Les sommes figurant dans ce tableau proviennent à la fois des crédits du plan des fonds propres des crédits hôteliers, y compris le réinvestissement des remboursements et de l'autofinancement. Ils ne comportent pas les investissements réalisés par les diverses collectivités publiques ou privées.

(*) Estimation des services du commissariat au plan.

(1) Cf. Etudes et conjoncture 1953, p. 944.
(2) Caisse centrale de crédit hôtelier, commercial et industriel.

Montant des prêts effectivement alloués par le crédit hôtelier de 1947 à 1959 (1).

Nombre de prêts : 8.250.

Montant (en NF) : 300 millions.

Montant des modernisations effectuées dans l'hôtellerie.

Chambres créées : 36.600.

Chambres modernisées : 135.000.

Equipement thermal.

Montant des prêts : un demi-million de nouveaux francs environ.

Travaux effectués : 16 modernisations de stations thermales.

Equipement collectif.

Montant des prêts : un peu plus de un milliard de nouveaux francs.

Travaux effectués :

— surtout des engins de montée mécanique dans les stations de sport d'hiver ;

— création d'une station de tourisme social (Champrousse) ;

— aménagement d'aéroports destinés au tourisme ;

— création d'un bassin nautique.

Quelle que soit l'importance de l'œuvre poursuivie depuis 1947, les résultats sont encore loin d'atteindre les résultats prévus par les trois premiers plans. Par ailleurs, les crédits affectés aux formes complémentaires d'hébergement n'ont permis jusqu'ici que de marquer d'une façon quasi symbolique l'intérêt porté par l'Etat au développement de divers modes d'hébergement qui se partagent la faveur d'une importante partie de la clientèle, tant étrangère que française, et qui répondent soit à des goûts nouveaux, soit à des catégories nouvelles de touristes.

L'œuvre de modernisation et d'équipement doit donc être poursuivie et amplifiée. L'augmentation des crédits accordés au titre des années 1958 et 1959 (25 millions de nouveaux francs et 30 millions de nouveaux francs) marque l'intérêt croissant accordé aux besoins touristiques. Si l'on tient compte des richesses touristiques françaises encore insuffisamment exploitées, faute d'un équipement convenable, de l'appoint économique important que le tourisme peut apporter à certaines régions, de la certitude que le tourisme national et international ne peut que se développer dans l'avenir immédiat, comme il l'a fait dans un passé récent, il apparaît que le rythme des investissements touristiques doit être accéléré et peut l'être avec succès. Le Massif Central, le littoral méditerranéen de Sète à la Côte Vermeille, les Cévennes, les Hautes et les Basses-Alpes, la Corse et les Antilles françaises et le Sahara, pour ne citer que l'essentiel, permettent des espoirs qui ne pourront être réalisés que par des investissements importants dans la modernisation et dans la création de moyens d'hébergement. C'est le rôle du « Plan » de chiffrer avec précision les besoins et les moyens financiers. Mais nous avons voulu marquer fortement les principales directions des efforts à venir.

Il importe également d'attirer l'attention sur la nécessaire poursuite de l'équipement dit « collectif ». On entend par là tout ce qui n'est pas équipement d'hébergement. Il peut donc aussi bien s'agir des remontées mécaniques dans une station de sports d'hiver que de l'aménagement de plages, de baignades, de ports de plaisance, voire de parcs nationaux, de superstructures d'aéroports à vocation spécialement touristique, etc. Dans ce domaine, la doctrine des organismes touristiques a été constante. Elle a toujours consisté à mener de front équipement d'hébergement et équipement collectif. Mais cette doctrine s'est souvent heurtée au cours des dernières années à de fortes réticences. Les crédits affectés à l'équipement collectif ont été souvent rognés, parfois même supprimés pour une année entière. Pour 1960, alors que les crédits alloués à l'équipement d'hébergement sont connus, les crédits destinés à l'équipement collectif font encore l'objet de discussions. Si bien qu'il y a doute non seulement sur leur consistance mais encore sur leur existence.

Pourtant, sans vouloir là encore procéder à une enquête exhaustive, deux secteurs, particulièrement aptes à développer le tourisme étranger en France, doivent être signalés : les sports d'hiver et le sport nautique.

Malgré l'effort considérable accompli depuis la Libération pour hisser nos stations au niveau international ou pour en créer de toutes pièces de nouvelles, ce rapport a montré que la France reçoit dans les stations de sports d'hiver une proportion d'étrangers très inférieure à celle que reçoit la Suisse. Cette proportion sera difficilement augmentée si nos stations ne sont pas développées ou si de nouvelles stations ne sont pas créées. La clientèle française, en accroissement constant, suffit presque à peupler nos stations. Une augmentation de la clientèle étrangère ne peut donc être attendue que d'un effort d'équipement accru.

Dans le domaine du sport nautique, il s'en faut que nos ports de plaisance maritimes et fluviaux offrent aux touristes étrangers toutes les facilités désirables. Là encore une série d'aménagements, aussi bien en Bretagne que sur la Côte d'Azur et en Corse, permettraient d'escompter une fréquentation étrangère accrue.

En vertu de ces considérations, le financement de l'équipement touristique devrait pouvoir escompter de l'Etat, sous forme de prêts, au cours de chacune des prochaines années, une somme qui permette :

1° De poursuivre la modernisation de l'hôtellerie et des formes complémentaires d'hébergement : 30 millions NF. ;

2° De construire des hôtels neufs, des villages de vacances, etc. dans certaines régions à équipement touristique insuffisant : 25 à 30 millions NF.

En ce qui concerne le seul équipement collectif, il serait souhaitable qu'un plan triennal en faveur de la montagne (50 à 60 millions) et des ports de plaisance (20 à 30 millions NF) soit établi. Ce qui porterait l'effort de 70 à 90 millions NF répartis en trois ans.

Soulignons ici que les crédits estimés nécessaires sont des crédits publics qui doivent être complétés par les fonds propres des crédits hôteliers et par l'autofinancement. Au bénéfice de l'expérience, il est raisonnable de penser que les crédits publics ainsi attribués représenteront à peu près le tiers des investissements qui seront réalisés.

Les objectifs qu'ils permettraient d'atteindre sont des anticipations sur le prochain plan d'équipement.

Par ailleurs, la construction d'équipements nouveaux devrait pouvoir être encouragée par l'extension au tourisme des avantages consentis aux industries qui s'implantent dans les régions sous-équipées (primes d'équipement, etc.).

***

Outre l'équipement, certaines améliorations recommandées dans le rapport posent également une question de financement.

Au premier chef, la propagande extérieure du tourisme français, conçue en France par le commissariat général au tourisme et réalisée hors de France par les bureaux du tourisme français à l'étranger. Elle est presque entièrement à la charge de l'Etat et les maigres augmentations de crédits consenties au cours des trois dernières années suffisent à peine à maintenir à la propagande touristique un volume qui pourrait paraître dérisoire aux chefs de publicité de quelques grandes firmes commerciales françaises.

En second lieu, les communes et les départements sont les seuls qui puissent soutenir efficacement sur le plan local et départemental les efforts des professionnels du tourisme et des bonnes volontés groupées dans les syndicats d'initiative et autres groupements.

Enfin, certaines améliorations préconisées dans ce rapport, ne peuvent être réalisées que par un effort conjoint de l'Etat, des collectivités locales, des organismes semi-publics et des activités privées. C'est dans le domaine de l'accueil que cette conjonction

(1) La liberté laissée à la C. C. C. H. C. I. d'utiliser les remboursements des prêts antérieurs au financement de nouveaux programmes explique que le montant des prêts alloués soit largement supérieur au montant des crédits budgétaires.

est la plus souhaitable et le cas des « hôtesses » en est une bonne illustration. Il s'agit de créations éminemment utiles qui doivent être développées, mais dont le budget actuel du commissariat général au tourisme ne peut supporter seul les frais.

Pour la modernisation des stations thermales, les crédits Fodes étaient prévus. Ils sont allés chaque année en décroissant bien que le besoin de modernisation de beaucoup de nos stations soit évident. Mais les responsables de la gestion des établissements thermaux se plaignent de ne pouvoir supporter les charges de ces emprunts et ils ont souvent demandé l'institution d'un crédit thermal à taux réduit (2 p. 100 environ).

Fiscalité.

Les mesures destinées à faciliter les investissements paraissent insuffisantes pour assurer à certains secteurs des industries touristiques une rentabilité sans laquelle il serait vain d'espérer un accroissement continu de la clientèle touristique étrangère. Certains pays, où la nécessité de développer l'équipement touristique se faisait particulièrement sentir (Portugal) ont accordé aux exploitations nouvelles de substantiels dégrèvements fiscaux.

Il serait souhaitable qu'une mesure du même ordre d'une durée limitée fût prise en France.

Par ailleurs, la carte d'exportateur pourrait être valablement accordée à un certain nombre d'hôtels recevant une clientèle étrangère importante. La catégorie des hôtels de tourisme international pourrait bénéficier des avantages attachés à la carte, exception faite de l'exonération de la T. V. A., l'hôtellerie étant assujettie à la taxe de prestations de services.

Dans le domaine des agences de voyage, il serait souhaitable que soit rétablie l'exonération de la taxe de prestations de services pour des voyages en France payables en devises pour les étrangers. La législation actuelle place en effet les agences françaises dans une situation difficile par rapport aux agences étrangères qui n'ont pas à acquitter la taxe. Par ailleurs, la taxe n'étant pas perçue sur les prestations fournies à l'étranger, les agences françaises consacrent presque toute leur activité à l'organisation de voyages à l'étranger. C'est une situation paradoxale à laquelle il pourrait être partiellement remédié.

La section des transports et du tourisme, soucieuse de demeurer dans le domaine de sa compétence, se borne à définir les orientations fiscales souhaitables. Elle souhaite que les sections plus spécialisées du Conseil économique et social étudient les modalités pratiques efficaces pour la réalisation des suggestions ci-dessus.

CONCLUSION

En conclusion de ce rapport, votre section des transports et du tourisme rappelle qu'elle a volontairement limité son travail à l'étude du tourisme importateur de devises et qu'elle a ainsi systématiquement évité d'approfondir tous les problèmes annexes, tout en restant consciente de l'interréaction de chacun des facteurs particuliers en matière de tourisme.

Elle voudrait également insister sur le fait que, parmi les solutions qu'elle propose, certaines ont déjà reçu un commencement d'exécution, d'autres ont déjà été préconisées sans succès. Mais elle croit que le fait d'en faire état, dans un rapport du Conseil économique et social, attirera sur elles l'attention de tous ceux qui, à un titre quelconque, peuvent et doivent œuvrer en faveur du tourisme étranger en France.

***

L'évolution constatée au cours des années passées va probablement s'accélérer au cours des années prochaines : le nombre des touristes va s'accroître, ils disposeront de modes de transports plus nombreux, plus rapides, d'une capacité plus grande. Une clientèle nouvelle va s'offrir, dont les revenus et les goûts seront différents.

Il est capital que la France puisse, tout en gardant sa clientèle touristique traditionnelle, attirer et retenir cette clientèle nouvelle supplémentaire en lui offrant des conditions de séjour conformes à ses goûts.

Car la concurrence touristique s'accroît sans cesse sur le plan international en raison d'une part de l'effort accru des pays traditionnellement concurrents de la France pour attirer des touristes à devises.

D'autre part de la mise en œuvre d'une politique en faveur des touristes étrangers par certains pays qui jusqu'ici n'étaient pas considérés comme des pays touristiques.

En raison, enfin, du goût de plus en plus marqué des Français pour les vacances à l'étranger.

Le rapport qui vient de vous être présenté a montré que la situation française, autrefois brillante en matière touristique, est devenue fluctuante. Si 1959 est une année satisfaisante, les années 1953, 1956 et 1957 ont été déficitaires pour notre balance des comptes touristique.

Il est nécessaire que tous les Français en prennent conscience. Le tourisme étranger facilite l'équilibre économique et contribue à renforcer la réputation de notre pays. Il faut donc entretenir en France une ambiance particulièrement accueillante.

Dans ce but les efforts actuellement entrepris pour recenser, mettre en valeur, exploiter et améliorer les possibilités touristiques françaises, notamment en matière d'équipement et d'hébergement sous toutes leurs formes, doivent être soutenus et coordonnés par le commissariat général au tourisme aidé par tous les organismes, collectivités, associations, professionels et particuliers intéressés.

Il y aurait lieu également d'accélérer la centralisation de tous les renseignements utiles aux touristes étrangers, notamment ceux qui sont relatifs aux possibilités et aux conditions d'hébergement. Cette nécessité implique une coordination accrue entre tous ceux qui sont responsables du tourisme sur le plan local et national.

Mais, outre l'exploitation des possibilités existantes, l'effort en faveur du tourisme étranger en France doit porter sur la création de pôles d'attraction nouveaux à l'usage de la clientèle actuelle mais aussi en prévision de la clientèle nouvelle et supplémentaire.

Il faudrait surtout essayer de développer en France les congrès internationaux et multiplier les circuits destinés à faire connaître nos réalisations techniques.

Enfin, un effort particulier doit être entrepris pour faire connaître et ouvrir au grand tourisme étranger et métropolitain les possibilités touristiques trop peu connues des départements d'Algérie et d'outre-mer, des territoires d'outre-mer et des Etats de la Communauté. Cette politique servirait doublement l'équilibre de la balance des comptes française : d'une part en apportant des devises, d'autre part en maintenant, dans la zone franc, les dépenses des Français métropolitains tentés par le dépaysement.

Dans le cadre des économies régionales, le soutien ou la création coordonnée de spectacles, de manifestations touristiques et de festivals de classe internationale doivent être préconisés pour attirer les étrangers dans des régions de France dont certaines sont encore trop ignorées du grand tourisme.

Sous réserve de réciprocité et de participation aux frais de propagande, la visite de pays limitrophes pourrait figurer dans un certain nombre de circuits organisés au départ de France, afin de satisfaire le goût des étrangers pour les circuits internationaux.

Le rôle de l'hôtellerie et de l'hébergement sous toutes ses formes ne peut être passé sous silence dans une politique destinée à attirer les devises étrangères. Il doit donc bénéficier de toutes les mesures nécessaires pour les placer dans une position favorable par rapport à la concurrence étrangère avec laquelle ils sont systématiquement comparés par nos visiteurs.

Ces mesures comportent l'accroissement de crédits à long terme à faible taux d'intérêt pour l'équipement sous toutes ses formes et une politique fiscale basée sur la détaxation des investissements et une prime à l'importation des devises.

En échange, l'hôtellerie française doit s'attacher à maintenir la réputation d'accueil et de gastronomie de notre pays en exploitant au mieux la variété des produits agricoles et régionaux.

***

Mais le tourisme étranger en France est une affaire nationale. C'est donc une affaire à laquelle tous les Français doivent collaborer.

A l'école. — La politesse envers l'étranger, la nécessité de maintenir la propreté des villes et des sites, la connaissance de la France et de la Communauté française doivent être constamment rappelées aux enfants en même temps que l'intérêt économique du tourisme étranger pour notre pays. Les ressources

touristiques du milieu local devraient faire l'objet de leçons dès l'école primaire. La correspondance scolaire internationale, qui fait connaître notre pays aux jeunes étrangers, doit être encouragée. Enfin l'enseignement des langues étrangères, conçu d'une façon peut-être plus concrète, aurait intérêt à être généralisé.

Sur le plan professionnel. — Il appartient à tous les professionnels de se convaincre qu'un touriste étranger satisfait constitue la meilleure des propagandes pour notre pays. En soignant leur accueil, en améliorant leur qualification, en établissant entre eux une collaboration plutôt qu'une concurrence, ils peuvent contribuer à maintenir vers la France un courant touristique qui peut dans la conjoncture actuelle ou se développer ou se tarir.

Organismes de tourisme et de transports. — Cette action peut être efficacement prolongée par les syndicats d'initiatives, clubs de tourisme et autres associations qui doivent toujours s'élever au-dessus des particularismes locaux, et par les organismes de transports publics et privés dont les tarifs, les horaires, le confort, la coordination et la complaisance jouent un rôle important dans ce domaine.

Les pouvoirs publics, les collectivités locales, les compagnies consulaires. — Mais c'est aux pouvoirs publics, aux collectivités locales et aux compagnies consulaires qu'il appartient d'assurer la pleine efficacité et la meilleure rentabilité des efforts en matière de tourisme. Ils ont un grand rôle à jouer en matière d'accueil.

Ce sont eux aussi qui, sous l'égide du commissariat général au tourisme, doivent proposer dans toutes les manifestations économiques qu'elles organisent à l'étranger ou auxquelles participent des étrangers une « politique de présence » du tourisme français.

Enfin l'attention des pouvoirs publics doit être attirée sur les conséquences de l'application de la taxe de prestation de service sur le territoire national. Elle incite les touristes à utiliser des transporteurs étrangers et les touristes français à passer leurs vacances hors de France en raison de son incidence sur le prix de revient, donc des tarifs des transporteurs français.

Votre section des transports et du tourisme se doit, en terminant, de souligner l'amélioration spectaculaire de la balance touristique française en 1959. Les chiffres définitifs ne sont pas encore connus mais les causes peuvent en être dégagées.

Il s'agit de l'alignement monétaire intervenu en 1958 qui a rendu nos prix compétitifs et de la stabilité monétaire qui a permis de fixer à l'avance les conditions des séjours en France. Il s'agit également de l'absence de crise sociale grave. L'influence de ces deux secteurs pour l'avenir du tourisme étranger en France doit être particulièrement soulignée.

Mais, dès la saison touristique 1960, la possibilité pour les Français qui se rendent à l'étranger d'exporter 1.500 NF et les mesures de réciprocité qui s'ensuivent vont supprimer un des derniers et principaux freins au goût marqué des touristes pour l'itinérance.

Le nombre des Français passant leurs vacances à l'étranger s'en trouvera sans doute accru. Mais le préjudice qui pourrait en résulter pour notre balance touristique peut être largement compensé par l'accroissement du nombre des touristes étrangers dont les possibilités de dépenses seront beaucoup plus grandes.

Quel est à ce sujet le résultat qu'il est souhaitable d'atteindre ?

Le rapport que vous venez d'entendre vous a fait connaître le retard actuel sur les prévisions du plan. Votre section des transports et du tourisme croit qu'il n'est toutefois pas opportun d'en modifier les objectifs et qu'il suffit d'en rattraper le retard accumulé.

Elle demande donc au Conseil économique et social d'insister pour que les pouvoirs publics attribuent pour la fin de la période prévue l'ensemble des crédits utiles à la réalisation de toutes les formes d'hébergement nécessaires et que les efforts coordonnés de propagande en faveur du tourisme hors saison et hors région très fréquentées tendent à assurer l'utilisation optimum des possibilités d'hébergement existantes.

ANNEXES AU RAPPORT

SOMMAIRE

ANNEXE I. — Avis de la section du crédit et de la fiscalité sur les mesures de caractère financier ou fiscal en faveur du soutien du tourisme en tant que valeur exportatrice dans la balance des comptes.

ANNEXE II. — Note au sujet du mode d'établissement des statistiques touristiques publiées par l'O. E. C. E.

ANNEXE III. — Nombre d'arrivées de touristes étrangers en France en 1958 (source : O. E. C. E.).

ANNEXE IV. — Répartition mensuelle des arrivées de touristes étrangers en France en 1958 (source : O. E. C. E.).

ANNEXE V. — Le tourisme étranger dans les hôtels français. Comparaison des années 1957-1958 dans les départements de la Seine, sur la Côte d'Azur et la Côte Basque) (source : commissariat général au tourisme).

ANNEXE VI. — Répartition par nationalité des nuitées de touristes étrangers dans les hôtels français classe « tourisme » (source : Commissariat général au tourisme).

ANNEXE VII. — Utilisation, par les étrangers, des modes d'hébergement complémentaires français (source : Commissariat général au tourisme).

ANNEXE VIII. — Comparaison des arrivées de touristes étrangers des différents pays en 1957 et 1958 (source : O. E. C. E.).

ANNEXE IX. — Comparaison des arrivées d'étrangers au cours des neuf premiers mois de 1958 et 1959 dans les hôtels du département de la Seine (source : Commissariat général au tourisme).

ANNEXE X. — Même comparaison pour les principales stations de la Côte d'Azur (source : Commissariat général au tourisme).

ANNEXE XI. — Coefficients moyens d'utilisation des chambres d'hôtels français en 1954 et 1955 (source : I. N. S. E. E.).

ANNEXE XII. — Répartition des touristes étrangers suivant les catégories d'hôtels en 1958 (source : Commissariat général au tourisme).

ANNEXE XIII. — Répartition des touristes étrangers par nationalité dans chacune des catégories d'hôtels en 1958 (source : Commissariat général au tourisme).

ANNEXE XIV. — Prêts accordés à l'hôtellerie française de 1952 à 1959 (source : Commissariat général au plan).

ANNEXE XV. — Financement des programmes par catégories d'hôtels.

ANNEXE XVI. — Note sur le rapport « Randall » (rapport au président des Etats-Unis au sujet de la politique officielle du tourisme aux U. S. A. en 1960) (traduction de documents).

ANNEXE XVII. — Note sur les conditions du tourisme en U. R. S. S. en 1960 (source : Intourist).

ANNEXE XVIII. — Tourisme international en Italie de 1948 à 1958 (source : I. T. A.).

ANNEXE XIX. — Tourisme international au Portugal en 1958 (source : I. T. A.).

ANNEXE XX. — Tourisme international en Grande-Bretagne en 1958 (source : I. T. A.).

ANNEXE XXI. — Exemples de financement réalisés dans les pays étrangers (sources diverses).

ANNEXE XXII. — Aide apportée à la rénovation de l'hôtellerie en Suisse (source : Revue du crédit populaire de France, juillet 1959).

ANNEXE I

Avis de la section du crédit et de la fiscalité sur les mesures de caractère financier ou fiscal en faveur du soutien du tourisme en tant que valeur exportatrice dans la balance des comptes.

I. — *Les activités touristiques, industries de base.*

Les promoteurs du premier plan de modernisation soulignaient en janvier 1947, que la France, devenue lourdement débitrice, ne pourrait plus payer les importations indispensables à son activité économique qu'avec le produit des deux postes essentiels figurant à l'actif de sa balance des paiements, à savoir :

— les exportations ;

— et les recettes provenant du tourisme étranger.

Ainsi, les conséquences économiques de la guerre et de l'après-guerre ont permis de prendre plus nettement conscience des possibilités du tourisme en tant que facteur de l'équilibre de notre balance des comptes.

Mais, au moment même où l'on s'avisait des ressources qui pourraient être demandées à ce secteur — et que l'on estimait dès 1952 à un montant annuel minimum de 150 milliards de francs (soit le quart de nos exportations visibles) — les techniciens des industries touristiques mettaient l'accent sur les servitudes et les difficultés d'exploitation de ces diverses activités.

Parmi celles-ci, citons notamment :

— l'importance des immobilisations en capitaux ;

— les charges en matériel et en entretien particulièrement lourdes ;

— des frais généraux élevés liés par ailleurs aux aléas d'une activité saisonnière ;

— l'évolution rapide des courants touristiques comme celle des goûts et des possibilités financières de la clientèle.

Ainsi, en face de l'exceptionnelle richesse du patrimoine naturel, historique et humain de la France, apparaissait clairement l'extrême fragilité de ses moyens d'exploitation déjà anémiés avant la guerre, et au surplus gravement affectés par les événements survenus de 1939 à 1945.

Malgré les besoins considérables d'investissement, les crédits accordés aux industries touristiques par les premiers plans de modernisation furent faibles au regard des objectifs que l'on se proposait.

Toutefois, les efforts répétés des responsables des activités touristiques firent obtenir de l'Etat une reconnaissance officielle du caractère « prioritaire » à un ensemble économique qui groupait :

300 stations classées climatiques, thermales ou balnéaires ;
200 casinos environ ;
100 établissements thermaux ;
78.000 hôtels ;
45.000 restaurants ;
De nombreuses agences de voyages et entreprises de transports.

Rappelons que dès 1939, cet important secteur faisait déjà vivre 1.200.000 personnes — soit 4 p. 100 de la population active ; et, pour un montant global de 100 milliards d'investissements, obtenait un chiffre d'affaires de 28 milliards.

Si ces chiffres marquent la *place importante qu'occupe le tourisme* au sein de notre économie, il y a lieu de noter par ailleurs, qu'en raison même de ses formes variées et de leurs interférences, les activités touristiques exercent une influence stimulante sur le développement de nombreuses autres branches et se montre, par là, *facteur d'expansion* de notre pays.

II. — *Les industries touristiques : première industrie d'exportation.*

Les activités touristiques ne représentent pas seulement un élément très appréciable de prospérité intérieure : elles sont en outre la plus productive et la plus avantageuse de nos industries d'exportation.

Le tourisme envisagé sous le double aspect :

— de son rendement en devises ;

— et du prix de revient de ces dernières,

est parfaitement autorisé à revendiquer une place prééminente parmi nos industries exportatrices.

Nous savons que si l'Etat éprouve en matière de devises d'impérieux besoins il attache aussi une importance capitale au prix d'achat de ces mêmes devises. Or, à ce point de vue, les industries touristiques possèdent un avantage incontestable et définitif sur tous les autres secteurs industriels : leur supériorité procède de leur « rendement net » qui en font la branche la plus rémunératrice des exportations françaises. Le tourisme laisse plus de 90 p. 100 de ses recettes à la disposition du pays, alors que l'examen des principales branches d'exportations considérées comme les plus avantageuses, offrent un rendement net en devises très inférieur au pourcentage remarquable que nous apporte le tourisme. Toutes industries exportatrices exigent en effet à l'origine de leur production, certaines importations de matières premières et de combustibles. Ces importations diminuent d'autant leur apport réel en devises.

Le tourisme, par contre, vend essentiellement des services et de la main-d'œuvre et n'opère que des prélèvements minimes sur les importations. Ces dernières se limitent, en effet, à des achats de produits exotiques tels que du café, ou du thé et à des achats de textiles.

Ceci confère à ces activités une supériorité considérable sur les autres industries productrices de devises.

Le tourisme a, bien entendu, sa propre balance des comptes au passif de laquelle figurent les dépenses des ressotissants français en déplacement à l'étranger.

Cette balance des comptes du tourisme traditionnellement positive jusqu'en 1952 a, depuis cette date, connu des fluctuations diverses. Toutefois, depuis 1958, elle laisse à nouveau apparaître un solde créditeur. Celui-ci se chiffrait déjà pour les neuf premiers mois de 1959 à 143 millions de dollars.

En huit ans (de 1952 à 1959 inclus) — toujours d'après les statistiques établies par l'office des changes — le montant des recettes brutes en devises aurait atteint 1.500 millions de dollars (soit 675 milliards de francs).

Si on ajoute que ces estimations, recensées exclusivement au niveau du marché officiel, ne représentent qu'une partie des dépenses réelles des touristes étrangers — ces derniers faisaient jusqu'en 1958 très largement appel aux marchés étrangers ou au marché parallèle — c'est en fait un montant de 3.000 millions de dollars qu'il faudrait compter au minimum pour apprécier assez exactement les ressources en devises qu'apporte le tourisme au Trésor public.

Examinées au double point de vue de leur rendement en devises et du prix de revient de celles-ci, les activités touristiques méritent amplement d'être considérées comme *une industrie exportatrice et de bénéficier des divers avantages attachés à cette qualité.*

III. — *Problèmes de financement et de fiscalité dans les industries touristiques.*

L'importance déjà considérable prise dans l'économie nationale par les industries touristiques pourrait être encore largement augmentée à l'occasion de l'exécution de programmes d'équipement ou de modernisation rendus nécessaires par les circonstances et par l'évolution des goûts de la clientèle.

Les études faites sur l'exploitation de ces industries donnent pour raisons principales de leur rentabilité précaire, en même temps qu'un vieillissement des entreprises, l'existence de lourdes charges, particulièrement de caractère fiscal ou parafiscal.

Le problème principal ainsi posé appelle nécessairement une solution qui tienne compte aussi bien des besoins en financement que de l'opportunité d'un aménagement et d'un allégement des charges diverses.

a) Les besoins de financement.

Précisons d'abord que la moyenne des crédits alloués par le fonds de développement économique et social se situe entre 1.300 et 1.400 millions par an alors que, pour satisfaire les besoins du seul hébergement tels qu'ils ont été définis par le troisième plan, il faudrait environ 9 milliards et demi.

En face de cette insuffisance, notons toutefois que des améliorations très sensibles ont été apportées au cours des dernières années.

Parmi les diverses mesures qui ont été prises, rappelons en particulier que :

— la dotation du budget annuel au titre du fonds de développement a été fixée à 3 milliards pour 1960 ;

— et que l'organisme de gestion de ces crédits, c'est-à-dire la C. C. C. H. C. I., à toute liberté pour utiliser les remboursements des prêts antérieurs au financement de nouveaux programmes, ce qui porte en fait à 4 milliards le montant des prêts consentis sur F. D. E. S. au cours de chacune des trois dernières années.

D'autre part, les conditions des prêts ont été assouplies :

— le montant maximum des prêts directs consentis par la C. C. C. H. C. I. a été porté de 15 à 25 millions par emprunteur ;

— et l'autofinancement exigé des emprunteurs est désormais apprécié d'une manière sensiblement plus souple par les commissions techniques spécialisées ;

— enfin, le taux d'intérêt des prêts pour les hôtels de classe internationale a été ramené de 5 à 3 p. 100.

De 1947 à fin 1959, la C. C. C. H. C. I. a pu consentir aux professionnels des industries touristiques 8.250 prêts atteignant un total de 30 milliards de francs (soit 300 millions de nouveaux francs).

Ces prêts ont ainsi permis :

— la création de 36.500 chambres ;

— et la modernisation de 135.000 autres.

Compte tenu des résultats, mais aussi des besoins à satisfaire suivant les impératifs du troisième plan, il conviendrait semble-t-il :

— de renouer avec la politique des crédits en faveur du développement de l'équipement collectif des stations ;

— de faire une propagande plus soutenue auprès des professionnels du tourisme qui ignorent souvent aussi bien l'existence de ces crédits spéciaux que leurs modalités exactes ;

— et parallèlement à l'accroissement des demandes qui résulterait de cette propagande, de poursuivre la politique d'augmentation des dotations budgétaires annuelles sur F. D. E. S. en faveur des industries touristiques.

Le problème du crédit demeure en effet un des facteurs déterminants de la rentabilité de ces entreprises caractérisées, nous l'avons rappelé plus haut, par le vieillissement de leur équipement.

Or ces entreprises se trouvent « sous-alimentées » en matière de crédits publics et privés comparativement à la grande industrie. Et lorsqu'on connaît par ailleurs les efforts faits à l'étranger pour assurer une prééminence à ce « collecteur type de devises appréciées » que représente le tourisme, on est frappé de la modicité des moyens mis en France à sa disposition pour assurer à la fois le relèvement et la modernisation de ses diverses branches d'activités.

Dans cette compétition mondiale, le crédit apparaît comme un des facteurs primordiaux d'anticipation et d'adaptation des entreprises.

b) Les mesures d'aménagement fiscal.

Mais il paraît nécessaire qu'en matière de soutien aux industries touristiques la politique d'aide à l'investissement s'accompagne, ainsi qu'il est d'usage dans certains pays étrangers, notamment au Portugal, d'une politique d'aide au fonctionnement, prévoyant des mesures d'aménagement fiscal.

La valeur des activités touristiques en tant qu'industries exportatrices ne peut plus être niée. Mais les exploitations de cette nature ne vendent aux touristes étrangers de passage en France que des prestations de service. Aussi se voient-elles le plus souvent refuser certains avantages consentis aux exportateurs, et notamment l'octroi de la carte d'exportateur et des bénéfices qui y sont attachés (exonération de la T. V. A. ; droit, en franchise d'impôt, à un amortissement complémentaire ; pourcentage supplémentaire en comptes E. F. AC. ; possibilités d'importation de matériel d'équipement, etc.).

Certaines mesures, telles que la détaxe de 10 p. 100 (entrée en application le 15 mai 1958, puis supprimée par arrêté de décembre 1958) ou les réductions de patentes en faveur des établissements d'hébergement bénéficiaires de crédits sur F. D. E. S., bien que s'inspirant des mêmes motifs que ceux invoqués pour les autres industries exportatrices, n'ont revêtu qu'un caractère d'exception et n'ont guère conféré d'avantages substantiels aux industries touristiques.

Sans méconnaître les besoins budgétaires et l'impérieuse nécessité de la fiscalité, il semble que les activités du tourisme mériteraient amplement de bénéficier des mêmes mesures favorables appliquées à d'autres industries exportatrices.

A cet égard, le rétablissement, au début de 1959, pour les agences de voyages françaises effectuant des circuits en France payables en devises par les étrangers, de la taxe sur les prestations de services est des plus fâcheux. Cette mesure pénalise en effet lesdites agences par rapport aux entreprises étrangères de même nature, qui n'ont pas à acquitter la taxe.

Pour tous ces motifs, nous ne pouvons qu'approuver entièrement les mesures préconisées par M. Defond concernant l'octroi à toutes les activités recevant des devises étrangères en paiement des avantages déjà consentis aux industriels bénéficiaires de la carte d'exportateur, et l'augmentation très souhaitable du volume des crédits mis actuellement à la disposition des industries touristiques, sur le fonds de développement économique et social.

Seules de telles mesures peuvent permettre au tourisme de jouer un rôle prééminent.

Si l'on veut qu'il demeure constamment à l'échelle des exigences qui se manifestent et des progrès qui se réalisent, il est nécessaire d'améliorer notre position sur le plan de la concurrence étrangère de jour en jour plus redoutable, et de participer plus largement à la rénovation de notre équipement touristique. C'est ainsi que le tourisme pourra devenir une industrie clé en reprenant sa vraie place au sein des industries d'exportation, en participant plus étroitement à l'équilibre économique interne du pays et en contribuant au rayonnement de notre culture dans le monde.

ANNEXE II

Note au sujet du mode d'établissement des statistiques touristiques publiées par l'O. E. C. E.

Les pays membres ont adopté, au sein du comité du tourisme de l'O. E. C. E., la définition du « touriste étranger » recommandée par le comité des experts statisticiens de la Société des nations en 1937, qui est la suivante :

« Toute personne en déplacement pour une durée d'au moins vingt-quatre heures dans un pays autre que celui où elle a son domicile habituel.

« Sont à considérer comme touristes notamment :

« *a*) Les personnes effectuant un voyage d'agrément ou pour des raisons de famille, de santé, etc. ;

« *b*) Les personnes se rendant à des réunions ou en missions de toutes sortes (scientifiques, administratives, diplomatiques, religieuses, sportives, etc.) ;

« *c*) Les personnes en voyage d'affaires ;

« *d*) Les visiteurs en croisières maritimes, même lorsque la durée de leur séjour est inférieure à vingt-quatre heures (ces derniers devraient être comptés dans un groupe à part, au besoin sans distinction suivant le domicile habituel).

« Ne sont pas considérés comme touristes notamment :

« *a*) Les personnes arrivant, avec ou sans contrat de travail, pour occuper un emploi dans le pays ou y exercer une activité professionnelle ;

« *b*) Les autres personnes venant fixer leur domicile dans le pays ;

« *c*) Les étudiants, jeunes gens des pensionnats ou écoles ;

« *d*) Les frontaliers, personnes domiciliées dans un pays et travaillant dans un autre ;

« *e*) Les voyageurs en transit sans arrêt dans le pays, même si leur traversée prend plus de vingt-quatre heures ».

Cette définition peut être transposée sur le plan national ; on entend alors par « touriste » toute personne en déplacement pour une durée d'au moins vingt-quatre heures.

Les personnes voyageant pour leur plaisir pendant une période inférieure à vingt-quatre heures sont considérées comme des « excursionnistes ».

Cependant, si les pays membres sont unanimes à reconnaître la valeur de ces définitions, il ne leur est pas toujours possible, dans la pratique, de dénombrer les touristes ainsi définis. En fait, habituellement, les pays membres dénombrent non pas les « touristes » mais les « arrivées » de touristes ou les « nuitées » de touristes.

Les « arrivées » sont relevées soit à la frontière, soit dans l'ensemble des établissements d'hébergement professionnels ou dans certains d'entre eux seulement. Dans le premier cas, en raison des progrès constants accomplis vers la libération des mouvements de personnes, les arrivées aux frontières ne peuvent plus toujours être enregistrées, et l'on a de plus en plus recours à la méthode des sondages ; les données ainsi obtenues, qui sont les meilleures parmi celles disponibles, comportent une part d'estimation. Dans le second cas, les statistiques ne sont pas toujours relevées dans les mêmes catégories d'établissemnts ; certains pays ne tiennent compte que des arrivées dans les hôtels classés ou dans tous les établissements hôteliers (hôtels, pensions, auberges, et, dans certains pays, sanatoria et établissements de cure) alors que d'autres prennent également en considération tout ou partie des moyens d'hébergement dits « complémentaires » tels que les villas, les appartements et les chambres meublées, les auberges de jeunesse, les camps de vacances, les refuges, les « maisons familiales de vacances », les villages de toiles, le camping et le caravaning (cependant, ces trois derniers moyens d'hébergement échappent encore le plus souvent à la statistique).

« Les « nuitées », c'est-à-dire le nombre de nuits passées par les touristes dans les établissements d'hébergement professionnels, sont généralement dénombrés dans les mêmes catégories d'établissements que les « arrivées ».

Les données recueillies par les différents pays membres à l'aide de ces diverses méthodes ne se prêtent pas facilement à la comparaison ; il s'ensuit qu'elles ne peuvent pas être additionnées et que l'ampleur de l'évolution du tourisme dans l'ensemble des pays membres ne peut être déterminée que très approximativement.

L'utilisation de sources différentes peut également entraîner certaines disparités. Il en est ainsi par exemple des statistiques se rapportant aux touristes des Etats-Unis ; en effet, les chiffres du « Department of Commerce » et du « Department of Justice » des Etats-Unis, établis à la suite d'enquêtes effectuées aux Etats-Unis au retour du voyageur, ne comprennent que les résidents de ce pays qui se rendent en Europe (à l'exclusion des ressortissants des Etats-Unis et des employés du Gouvernement résidant à l'étranger ainsi que des forces militaires stationnées à l'étranger) alors que les pays membres enregistrent en principe toutes les arrivées de touristes américains, que ceux-ci viennent directement des Etats-Unis ou de tout autre pays de domicile ou de visite, et comptent plusieurs fois un touriste américain qui entre à plusieurs reprises sur leur territoire ; ils comprennent également les militaires des Etats-Unis stationnés en Europe. De ce fait, les chiffres des Etats-Unis peuvent être inférieurs aux données fournies par les pays membres.

ANNEXE III

Nombre d'arrivées de touristes étrangers en France en 1958.
(Par pays.)

RESSORTISSANTS DE :	1958	VARIATION en pourcentage par rapport à 1957.
Allemagne	467.000	— 2,9
Autriche	68.000	+ 4,6
Belgique	725.000	— 16,2
Danemark	28.000	— 17,7
Espagne	350.000	+ 40
Grèce	16.000	+ 6,6
Irlande	24.000	+ 9,1
Islande	1.000	0
Italie	370.000	+ 12,1
Luxembourg	35.000	— 18,6
Norvège	21.000	— 16
Pays-Bas	284.000	— 17,7
Portugal	75.000	+ 41,5
Royaume-Uni	500.000	— 19,6
Suède	55.000	— 9,8
Suisse	350.000	— 10,3
Turquie	16.000	+ 6,6
Yougoslavie	22.000	+ 37,5
Etats-Unis	535.000	— 5,3
Canada	56.000	+ 29,3
Amérique latine	65.000	+ 8,3
Autres pays	7.000	— 12,5
Total	4.070.000	— 5,6

Source : O. E. C. E., rapport 1958.

ANNEXE IV

Répartition mensuelle des arrivées de touristes étrangers en France en 1958.

MOIS	TOTAL des années.	VARIATIONS par rapport à 1957.
Janvier	188.000	+ 6,2
Février	187.000	+ 14,2
Mars	191.000	— 13,2
Avril	297.000	— 31,7
Mai	321.000	— 23,2
Juin	334.000	— 28,9
Juillet	574.000	0
Août	606.000	+ 2,5
Septembre	517.000	+ 2,6
Octobre	383.000	+ 7
Novembre	252.000	+ 10,5
Décembre	220.000	+ 11,1
Total	4.070.000	— 5,6

Source : O. E. C. E., bulletin 1959.

ANNEXE V

Le touriste étranger dans les hôtels français.

Comparaison des années 1957-1958.

(Seine, Côte d'Azur, Pays basque.)

NATIONALITÉS	SEINE		COTE D'AZUR		COTE BASQUE	
	1957	1958	1957	1958	1957	1958
U. S. A.	350.015	317.316	58.453	63.881	4.721	5.359
Canada	19.758	24.880				
Grande-Bretagne	290.566	181.602	65.934	63.002	6.804	7.404
Belgique	139.317	106.865	55.626	51.610	4.237	4.128
Luxembourg	6.585	5.379				
Pays-Bas	90.152	63.764	30.009	24.390	705	784
Suisse	63.344	54.261	27.255	21.267	1.229	1.358
Allemagne	168.715	148.866	33.127	31.991	1.609	1.835
Autriche	14.143	13.502				
Italie	97.842	105.725	48.474	46.098	1.533	1.875
Espagne	68.009	95.638	10.873	11.213	10.999	15.893
Portugal	148.111	21.181	1.771	1.901	»	»
Danemark	16.979	12.543	13.578	11.324	436	460
Norvège	9.994	7.292				
Suède	27.044	20.937				
Argentine	5.850	8.118	8.782	9.807	1.224	1.866
Brésil	7.121	9.107				
Divers	186.269	175.378	19.093	19.979	1.689	1.895
Europe centrale.	»	»	4.511	6.353	»	»
Total	1.576.554	1.372.355	377.486	362.210	35.186	42.857

Source: Commissariat général au tourisme.

ANNEXE VI

Répartition par nationalité des nuitées de touristes étrangers, dans les hôtels français classés « tourisme ».

(Unité : milliers de nuitées.)

NATIONALITÉ	NOMBRE de nuitées,		POURCENTAGE de variation
	1957	1958	1957-1958.
Grande-Bretagne, Irlande, Dominions (sauf Canada)	3.381	2.482	+ 3,3
Belgique, Luxembourg	2.044	1.940	— 5,1
Pays-Bas	854	710	— 16,9
Allemagne	1.384	1.253	— 9,5
Suisse	964	793	— 17,7
Autriche	173	135	— 22
Scandinavie	413	394	— 4,6
Italie	1.116	993	— 11
Espagne, Portugal	902	891	— 1,2
Etats-Unis	2.937	2.825	— 3,8
Canada	316	256	— 19
Amérique latine	574	540	— 5,9
Proche et Moyen Orient	616	431	— 30
Autres pays	952	662	— 30,5
Toutes nationalités	16.320	15.315	— 7,9

Source: Commissariat général au tourisme.

ANNEXE VII

Modes d'hébergement complémentaire.

Camping.

Le nombre d'étrangers ayant pratiqué le *camping* en France est le suivant :

En 1957 : 1.700.000.

En 1958 : 2.600.000.

Tourisme de jeunes.

Le nombre d'étudiants étrangers accueillis par l'O. T. U. est le suivant :

En 1957 : 13.800.
En 1958 : 18.800.

Le nombre de nuitées de jeunes étrangers enregistrées aux auberges de jeunesse est de 218.635 en 1958.

Sources : Commissariat général au tourisme.

ANNEXE VIII

Comparaison en pourcentage des arrivées des étrangers dans différents pays.

(Chaque pays étant comparé à lui-même.)

(Pourcentage 1957-1958.)

PAYS	JANVIER	FÉVRIER	MARS	AVRIL	MAI	JUIN	JUILLET	AOUT	SEPT.	OCTOBRE	NOV.	DÉC.
Allemagne	+ 5,9	+ 11,4	— 0,5	— 2,4	+ 16,1	+ 5,2	+ 4,2	— 1,7	+ 2,4	+ 9,2	+ 2,1	+ 7,3
Autriche	+ 10,5	+ 19	+ 9,1	+ 11,5	+ 38,6	+ 4,7	+ 11,2	+ 8,1	+ 11,6	+ 6,7	+ 13,3	+ 27,6
Espagne	+ 9,7	+ 23,9	+ 21,8	+ 12,9	+ 40,2	+ 4,5	+ 11	+ 8,3	+ 12,6	— 2,1	+ 23,9	+ 3,6
France	+ 6,2	+ 14,2	— 13,2	— 31,7	— 23,2	— 28,9	0	+ 2,5	+ 2,6	+ 7	+ 10,5	+ 11,1
Grèce	+ 2,6	+ 1,2	+ 1,5	— 1,5	+ 19,3	+ 8,3	— 1,5	— 2,9	— 1,3	— 6,6	— 0,2	+ 6,7
Irlande	— 30	+ 20	— 2,6	— 9,2	+ 12,3	+ 3	+ 33,5	— 8,2	+ 24,3	+ 50,6	+ 35,3	+ 1,3
Italie	+ 17,1	+ 18,1	+ 5,8	— 3,6	+ 5,2	— 0,1	+ 8,5	+ 4,8	+ 3,1	+ 3,5	+ 3,5	+ 2,5
Pays-Bas	— 1,5	— 6,7	— 1,7	— 19,7	+ 43	+ 5,2	+ 20,7	+ 16,7	+ 32,1	+ 22,6	— 12,7	+ 2,6
Portugal	— 10,9	— 4	+ 5	— 1,1	— 1,8	— 2,5	+ 0,8	+ 11,3	+ 20,9	+ 6,5	+ 21,9	+ 11,5
Royaume-Uni	+ 10,8	+ 7,2	+ 7,8	+ 2,5	+ 9,6	+ 10,1	— 2	+ 6,9	+ 10,8	+ 14,3	+ 6,2	+ 13,4
Suisse	+ 13	+ 6,9	— 2,2	— 5,7	+ 8,6	— 11,8	— 2,4	— 4	+ 5,9	+ 7,6	+ 0,4	+ 11
Yougoslavie	+ 6,6	+ 24	+ 18,4	+ 4,4	+ 28,3	+ 24,7	+ 25,1	+ 17,4	+ 20,2	+ 12,6	+ 14,2	+ 24,9

Sources: O. E. C. E., 1959.

ANNEXE IX

Comparaison des arrivées d'étrangers dans les hôtels du département de la Seine au cours des neuf premier mois 1958, 1959.

PAYS D'ORIGINE	1958	1959	POURCENTAGE 1958-1959.
U. S. A.	250.580	311.469	+ 24,3
Canada	19.735	24.871	+ 26
Grande-Bretagne	149.196	196.179	+ 31,5
Belgique	76.815	115.541	+ 50,4
Luxembourg	3.476	5.357	+ 54,1
Pays-Bas	47.921	68.016	+ 41,9
Suisse	38.684	57.733	+ 49,9
Allemagne	113.312	161.380	+ 42,4
Autriche	10.610	14.375	+ 35,5
Italie	78.554	96.878	+ 23,3
Espagne	70.852	61.434	— 13,3
Portugal	16.934	15.517	— 8,4
Danemark	9.958	14.847	+ 49,1
Norvège	5.709	6.980	+ 22,3
Suède	16.973	23.665	+ 39,4
Argentine	6.162	6.137	— 0,4
Brésil	7.570	6.333	— 16,3
Divers	128.458	140.637	+ 9,5
Total	1.051.499	1.327.351	+ 26,2

Source: Commissariat général au tourisme.

ANNEXE X

Arrivées de touristes étrangers dans les principales stations de la Cote d'Azur.

Comparaison des neuf premiers mois 1958-1959.

NATIONALITÉS	1958	1959	POURCENTAGE de variation.
Grande-Bretagne	61.463	65.905	+ 7,2
U. S. A, Canada	57.346	61.359	+ 7
Belgique, Luxembourg	53.334	58.853	+ 10,3
Pays-Bas	25.912	23.911	— 7,7
Suisse	20.567	21.250	+ 3,3
Allemagne, Autriche	35.537	33.229	— 0,9
Italie	39.572	49.536	+ 25,8
Espagne	10.078	10.808	+ 7,2
Portugal	1.786	1.990	+ 11,4
Danemark, Suède, Norvège, Finlande	10.740	11.338	+ 5,6
Europe centrale	4.857	3.519	— 27,5
Amérique du Sud	8.671	6.869	— 20,8
Divers	17.590	15.057	— 14,4
Total étrangers	345.253	363.622	+ 5,3
France	590.855	552.650	— 6,5
Ensemble	936.108	916.272	— 2

Source: Commissariat général au tourisme.

ANNEXE XI

Coefficients moyens d'occupation par mois.

	AVRIL		MAI		JUIN		JUILLET		AOUT		SEPTEMBRE	
	1954	1955	1954	1955	1954	1955	1954	1955	1954	1955	1954	1955
Ensemble	44	47	46	47	47	51	66	70	79	85	59	60
Catégories:												
Une étoile	39	37	39	39	41	45	61	69	78	85	46	53
Deux étoiles	43	47	48	48	50	53	70	72	80	86	50	65
Trois étoiles	51	60	50	52	50	55	68	72	68	86	55	61
Quatre étoiles	57	62	59	64	58	59	69	68	79	83	62	64
Par genre de localités:												
Stations balnéaires:												
Manche	18	29	22	29	27	25	58	57	79	85	33	36
Atlantique	20	21	19	17	26	22	57	59	90	97	29	46
Méditerranée	55	61	38	45	44	48	68	73	94	98	57	66
Stations thermales	27	33	27	29	35	37	59	63	77	83	35	44
Stations de montagne	20	26	17	22	21	25	49	60	69	87	28	36
Autres centres touristiques	»	46	»	44	»	47	»	71	»	86	»	62
Paris	64	67	82	84	85	89	82	79	70	74	88	86
Autres grandes villes	55	61	62	62	66	67	75	74	78	80	70	72
Autres localités	40	47	41	49	50	59	64	74	77	83	59	64

Coefficient moyen: 65 p. 100 en 1955.
Source: I. N. S. E. E., études et conjoncture.

ANNEXE XII

Répartition en pourcentage suivant les catégories d'hôtel, des touristes étrangers en France, en 1958.

CATÉGORIES	ARRIVÉES	NUITÉES
Une étoile	19	19
Deux étoiles	30	29
Trois étoiles	31	25
Quatre étoiles	15	18
Luxe	5	9
Ensemble	100	100

Source: Commissariat général au tourisme.

ANNEXE XIII

Répartition des touristes étrangers par catégorie d'hôtels dans chaque nationalité, en 1958.

(En pourcentage calculé sur les nuitées.)

PAYS	UNE étoile.	DEUX étoiles.	TROIS étoiles.	QUATRE étoiles.	LUXE	TOTAL
Grande-Bretagne, Irlande, Dominions (sauf Canada)	17	30	29	16	8	
Belgique, Luxembourg	19	35	29	13	4	
Pays-Bas	27	37	22	11	3	
Allemagne	28	38	19	12	3	
Suisse	20	32	28	15	5	
Autriche	25	44	15	13	3	
Scandinavie	21	33	24	16	6	
Italie	23	30	24	16	7	
Espagne, Portugal	19	31	28	16	6	
Etats-Unis	10	18	25	27	20	
Canada	11	19	29	28	13	
Amérique latine	11	15	24	33	17	
Proche et Moyen Orient	21	33	19	18	9	
Divers	29	35	16	14	6	
Toutes nationalités	19	29	25	18	9	

Source: Commissariat général au tourisme.

ANNEXE XIV

Mouvement annuel des prêts réalisés avec indication des dotations budgétaires et des programmes mis en œuvre.

Hôtellerie.

(Chiffres en milliers de francs anciens.)

ANNEES	DOTATION	MONTANT DES PRETS réalisés F. I.	MONTANT DES PRETS réalisés F. L.	TOTAL DES PRETS réalisés.	PROGRAMMES financés.
1949	934.000	408.380	129.460	537.840	1.812.000
1950	1.900.000	1.296.000	69.000	1.365.000	4.541.000
1951	2.250.000	1.764.482	121.930	1.886.412	4.084.000
1952	1.000.000	1.582.746	199.875	1.782.621	4.125.000
1953	1.251.900	1.662.879	342.335	2.005.214	4.223.000
1954	1.047.500	1.729.300	344.405	2.073.705	5.391.000
1955	1.300.000	2.279.375	304.510	2.583.885	6.889.000
1956	1.770.000	2.585.424	711.970	3.297.394	8.736.000
1957	1.600.000	3.167.200	1.154.447	4.321.647	8.920.000
1958	1.500.000	3.526.750	790.065	4.316.815	8.283.000
1959	2.500.000	4.021.575	553.525	4.575.100	10.120.000
Totaux	17.053.400	24.024.111	4.721.522	28.745.633	67.124.000

Source: Caisse centrale de crédit hôtelier commercial et industriel.

ANNEXE XV

Financement des programmes par catégories d'hôtels.

(En millions de francs anciens.)

HOTELS	1954			1955			1956		
	Nombre de prêts.	Crédits accordés.	Programmes.	Nombre de prêts.	Crédits accordés.	Programmes.	Nombre de prêts.	Crédits accordés.	Programmes.
Quatre étoiles	13	88	133	12	99	189	10	299	564
Trois étoiles	32	151	482	47	253	434	46	336	792
Deux étoiles	85	321	641	75	343	716	89	505	1.046
Une étoile	100	277	594	101	391	825	132	510	1.033
Non homologués	300	1.003	2.638	387	1.511	3.642	416	1.625	3.684
Total	530	1.840	4.488	622	2.597	5.806	693	3.275	7.119

HOTELS	1957			1958		
	Nombre de prêts.	Crédits accordés.	Programmes.	Nombre de prêts.	Crédits accordés.	Programmes.
Quatre étoiles	29	606	1.271	21	283	474
Trois étoiles	62	477	922	69	450	1.166
Deux étoiles	113	518	1.100	117	575	1.213
Une étoile	138	503	998	147	610	1.237
Non homologués	492	1.997	4.626	359	1.913	4.193
Total	834	4.101	8.917	713	3.831	8.283

Source: Caisse centrale crédit hôtelier commercial et industriel.

ANNEXE XVI

Note sur le rapport « Randall ».

Ce rapport a été publié à Washington, le 17 avril 1958, sous le titre :

TOURISME INTERNATIONAL

Rapport au Président des Etats-Unis par Clarence B. Randall, Special Assistant to the President.

Il étudie tous les aspects du tourisme international (économique, culturel, politique) et tous les problèmes posés par son développement (transports, hôtellerie, douanes, passeports, taxes, organisations internationales, etc.).

Mais son chapitre le plus nouveau est consacré à « l'organisation et aux activités du Gouvernement des Etats-Unis ». M. Randall y expose, sous forme de recommandation, les mesures susceptibles de développer le tourisme aux Etats-Unis. Après s'être prononcé contre la publicité aux frais de l'Etat, cette publicité lui paraissant relever strictement de la libre entreprise, il propose :

1° Que l'organisme touristique des Etats-Unis soit élevé au rang d'un service distinct, placé sous l'autorité directe de l' « Assistant Secretary of Commerce pour les affaires internationales » ;

2° Que le budget de ce service soit porté au moins à 250.000 $ (60.000 $ à cette date) ;

3° Qu'un « comité interministériel du tourisme » soit institué au niveau de l'Assistant Secretary, sous la présidence de l'Assistant Secretary of Commerce, de façon à coordonner la politique touristique ;

4° Que les organismes U. S. à l'étranger contribuent plus pleinement à la « promotion » du tourisme international, notamment pour la distribution des publications de l'Etat et des transporteurs, à l'exclusion de toute autre publicité privée ;

5° Que le développement du tourisme soit inscrit à l'ordre du jour de toutes les conférences économiques internationales et introduit comme une branche d'activité importante dans toutes les foires et missions commerciales auxquelles participent les Etats-Unis ;

6° Que le secrétaire au commerce conduise la délégation américaine au prochain meeting de l'U. I. O. O. T (1) et invite tous les membres de l'union à une conférence ultérieure aux Etats-Unis, en liaison avec les entreprises privées de publicité et de « public relations » ;

7° Que le « service du tourisme international » ainsi que d'autres organismes gouvernementaux s'associent vigoureusement à tous les efforts entrepris pour faire de l'année 1960 une effective « année de la visite en Amérique ».

8° Que le « service du tourisme international » soit, pour le gouvernement U. S., le centre des activités dans le domaine de la statistique, de la recherche et des facilités à accorder au tourisme.

Conformément aux recommandations de ce rapport, le secrétaire au commerce est venu au congrès de l'U. I. O. O. T. à Bruxelles (octobre 1958) et a annoncé la « Visit America Year ».

(1) U. I. O. O. T. (Union internationale des organismes officiels du tourisme).

ANNEXE XVII

Note sur les conditions de tourisme en U. R. S. S. en 1960 (1).

Les touristes désirant visiter l'U. R. S. S. en 1960 peuvent choisir parmi les quatre possibilités suivantes :

a) Le camping ;
b) Le tourisme automobile ou en autocars ;
c) Le tourisme ordinaire, individuel ou groupé ;
d) Le voyage organisé à date fixe.

Ces voyages, organisés par l'Intourist, comportent les avantages suivants :

1° EN CE QUI CONCERNE LES SERVICES

a) *Pour le camping*, sur les sept itinéraires prévus :

Le prix comprend : 1° place de stationnement de voiture, place pour l'installation de la tente, distribution d'eau, d'électricité, toilette et lavabo ; 2° les visites, d'une durée de deux heures à deux heures trente, des curiosités, monuments, expositions en nombres prévus dans chaque itinéraire (par exemple : quinze excursions pour une durée de vingt-cinq jours sur l'itinéraire Brest-Tchernoutsy, prix 215 roubles [1 rouble : 1,23 NF]).

b) *Pour le tourisme automobile ou en autocar :*

Le service à forfait pour l'un des cinq itinéraires proposés par l'Intourist comporte trois classes. Il assure logement à l'hôtel, repas (trois ou quatre par jour selon la catégorie), service d'un guide interprète.

Les prix varient de 60 à 35 roubles par jour en autocar, de 65 à 45 en voiture particulière.

Avec réduction ou majoration de 20 à 25 p. 100 suivant que le guide est utilisé par plus de vingt ou moins de deux personnes.

(1) Extrait d'une documentation fournie par l'Intourist.

c) *Pour le tourisme ordinaire individuel ou groupé :*

Intourist assure les services suivants, dans les trois classes prévues, sur trente itinéraires différents :

— transport aller et retour à chaque étape de l'itinéraire ;
— logement à l'hôtel et repas (trois ou quatre par jour selon la classe) ;
— excursions accompagnées d'un guide interprète dans les autos ou autocars d'Intourist ;
— voyage d'une ville à l'autre par les moyens de transports indiqués dans l'itinéraire choisi ;
— la possibilité de se reposer dans les sanatoriums d'Intourist dans les meilleures stations balnéaires de la mer Noire ;
— les possibilités de chasse (cerfs, chevreuils, en Crimée) ;
— réservation de places de théâtre, manifestations sportives, moyennant supplément.

Prix en groupe : de 70 à 40 roubles par jour suivant la classe choisie.

Pour les individuels : classe luxe, 120 roubles par jour pouvant être ramenés à 48 roubles dans la classe « affaires », qui ne compte comme service que le petit déjeuner et un seul transport en voiture à l'arrivée et au départ.

d) *Pour le voyage organisé forfaitaire à date fixe :*

Trois itinéraires :

— le prix comprend : transfert du touriste et de ses bagages de l'aéroport ou de la gare à l'hôtel et *vice versa* ;
— chambre double avec salle de bain (supplément de 10 roubles par jour pour chambre individuelle) ;
— quatre repas par jour ;
— excursions organisées avec guide interprète.

2° LES TARIFS

Des roubles-touristes (1 rouble : 0,50 NF) sont attribués pour tous les paiements en devises à l'intérieur du territoire de l'U. R. S. S.

Un voyage gratuit (aller) de 1.000 km est offert entre deux étapes sur les itinéraires choisis, une réduction de 50 p. 100 est accordée sur les tarifs de transport (chemin de fer, bateaux, avions) acquittés en devises étrangères, tant entre les différentes villes qu'entre la frontière soviétique et la première (ou la dernière) ville étape.

En hiver, une réduction de 15 p. 100 pour la classe luxe et de 25 p. 100 pour les autres classes est accordée sur les *services d'Intourist exclusivement.*

ANNEXE XVIII

Le tourisme international en Italie au cours des dernières années.

En 1958, 15.287.037 touristes (1) sont allés en Italie soit 9,61 fois plus qu'en 1948 (2). La progression 1958/1948 a été beaucoup plus importante pour les touristes qui sont arrivés par la route (rapport 1958/1948 17,09) que pour les autres touristes (touristes aériens 7,61, touristes maritimes 4,69 et touristes ferroviaires 4,50).

Le caractère saisonnier varie considérablement suivant le moyen de transport utilisé : rapport mois d'activité maximum/mois d'activité minimum 2,86 pour l'avion, 3,73 pour le bateau, 5,44 pour le train et 14,28 pour les véhicules automobiles.

I. — *Evolution du trafic pendant la période* 1948-1958.

	FER	ROUTE	MER	AVION	TOTAL
Années :					
1948	842.849	627.883	50.869	68.432	1.590.033
1949	1.202.236	1.980.461	91.948	127.017	3.401.662
1950	1.934.484	2.588.726	137.427	178.939	4.838.276
1951	2.076.240	3.028.242	113.225	188.156	5.405.863
1952	2.116.571	3.572.523	155.433	214.770	6.059.297
1953	2.319.999	4.926.770	176.297	258.804	7.681.870
1954	2.492.921	6.305.742	225.354	303.495	9.327.512
1955	2.800.114	7.384.704	258.107	343.099	10.786.018
1956	3.218.463	8.772.944	264.096	409.457	12.664.960
1957	3.793.229	10.118.776	255.191	461.824	14.629.020
1958	3.796.433	10.731.142	238.544	520.918	15.287.037
Variations en pourcentage :					
1950/1948	+ 129,5	+ 312,3	+ 169,6	+ 161,5	+ 204,4
1952/1950	+ 9,4	+ 38	+ 13,4	+ 20	+ 25,2
1954/1952	+ 17,8	+ 76,5	+ 45	+ 41,3	+ 53,9
1956/1954	+ 29,1	+ 39,1	+ 17,2	+ 34,9	+ 35,8
1958/1956	+ 18	+ 22,3	— 9,7	+ 27,2	+ 20,7
Rapport :					
1958/1948	4,50	17,09	4,69	7,61	9,61

(1) Y compris un certain nombre d'excursionnistes séjournant moins de 24 heures (5.664.960 en 1956).

(2) Cette note, établie à partir des statistiques du Bollettino tecnico trimestrale de l'Ente Nazionale Industrie Turistiche, complète la note 781/ND du Bulletin I. T. A. N° 47 du 22 décembre 1958 (p. 1103) qui donnait des indications plus spécialement sur le tourisme aérien et maritime.

Si l'on considère les variations bisannuelles pendant la période 1948-1958, on constate que pour quatre périodes les progressions les plus fortes ont été enregistrées par le trafic routier alors que de 1956 à 1958 c'est le trafic aérien qui s'est le plus développé (27,2 p. 100).

La part du trafic routier est passée de 39,5 p. 100 en 1948 à 70,2 p. 100 en 1958, alors que le trafic ferroviaire représente seulement 24,8 p. 100 en 1958 contre 53 p. 100 en 1948. La part du trafic maritime a diminué de moitié (1,6 p. 100 contre 3,2 p. 100) et celle du trafic aérien a légèrement diminué (3,4 p. 100 contre 4,3 p. 100).

ANNÉES	FER	ROUTE	MER	AVION	TOTAL
1948	53	39,5	3,2	4,3	100
1958	24,8	70,2	1,6	3,4	100

II. — *Répartition par frontière des touristes arrivés par chemin de fer et par véhicules automobiles.*

En 1958, 43,2 p. 100 des touristes ferroviaires sont arrivés par la frontière suisse et 39,2 p. 100 des touristes routiers par la frontière autrichienne. Par suite des mesures financières prises par le Gouvernement français, le trafic en provenance de la frontière française a sensiblement baissé en 1958 : 18,2 p. 100 contre 19,7 p. 100 en 1957 pour le trafic ferroviaire et 23,7 p. 100 contre 27,8 p. 100 pour le trafic routier.

FRONTIERE	FER	POURCENTAGE	ROUTE	POURCENTAGE	TOTAL	POURCENTAGE
Française	691.081	18,2	2.539.356	23,7	3.230.437	22,2
Suisse	1.637.322	43,2	3.656.825	34,1	5.294.147	36,4
Autrichienne..	1.387.458	36,5	4.212.880	39,2	5.600.338	38,6
Yougoslave....	80.572	2,1	322.081	3	402.653	2,6
Total.....	3.796.433	100	10.731.142	100	14.527.575	100

En 1958, la répartition par nationalité s'établit comme suit :

Allemagne de l'Ouest.....	25
Autriche	15
Suisse	14
France (1)	10
Royaume-Uni	7,5
Etats-Unis	5
Autres pays	23,5
Total	100

III. — *Variations saisonnières.*

MOIS	1958				
	Fer.	Route.	Mer.	Air.	Total.
Janvier	138.313	*201.541*	9.771	*22.810*	372.435
Février	*128.262*	209.556	11.942	23.298	373.058
Mars	188.369	343.403	14.773	33.501	580.046
Avril	303.105	589.194	20.227	48.601	961.127
Mai	280.236	765.283	22.872	52.284	1.120.675
Juin	371.621	1.168.960	24.861	56.463	1.621.905
Juillet	550.982	1.966.767	33.688	*65.243*	2.616.680
Août	*698.201*	2.877.025	*33.899*	60.902	*3.670.027*
Septembre	502.227	1.472.214	29.294	58.141	2.061.876
Octobre	278.205	578.831	18.173	43.348	918.557
Novembre	166.074	274.750	9.965	29.237	480.026
Décembre	190.838	283.618	*9.079*	27.090	510.625
Rapport : Mois d'activité maximum.					
Mois d'activité minimum.					
1958	5,44	14,28	3,73	2,86	9,85
1957	5,63	17,00	5,07	2,91	11,08

(1) En 1956, la part des Français atteignait plus de 14 p. 100.

De 1957 à 1958 pour tous les moyens de transport le rapport mois d'activité maximum/mois d'activité minimum à diminué.

En 1958, le trafic du trimestre de pointe juillet, août et septembre, représente 58,9 p. 100 du total pour le trafic routier, 46,1 p. 100 pour le trafic ferroviaire, 40,6 p. 100 pour le trafic maritime et 35,4 p. 100 pour le trafic aérien.

ANNEXE XIX

Le tourisme international au Portugal en 1958.

De 1957 à 1958, le nombre des touristes étrangers qui ont visité le Portugal n'a progressé que de 5 p. 100 — 263.890 contre 251.385 — par suite notamment de la diminution du trafic en provenance d'Espagne (21 p. 100) et de France (8,9 p. 100) résultant des mesures financières prises par ces deux pays.

Il convient de signaler toutefois la forte progression du tourisme aérien (26,5 p. 100) ; en 1958, les touristes qui ont choisi l'avion représentent 36,2 p. 100 du total (30 p. 100 en 1957).

	TOURISTES			
	Terre.	Mer.	Air.	Total.
Années :				
1957	160.194	15.683	75.508	251.385
1958	151.778	16.587	95.525	263.890
Variation en pourcentage :				
1958/1957	— 5,3	+ 5,8	+ 26,5	+ 5

En 1958, si les Espagnols occupent la première place (21,2 p. 100 contre 28,1 p. 100 en 1957), les Américains (18,2 p. 100 contre 14,9 p. 100) précédent maintenant les Français (17,4 p. 100 contre 20,1 p. 100).

	TERRE	MER	AIR	TOTAL
Espagnols :				
1957	66.815	692	3.196	70.703
1958	52.076	628	3.144	55.848
Variation en pourcentage :				
1958/1957	— 22,1	— 9,2	— 1,6	— 21
Français :				
1957	42.181	1.102	7.157	50.440
1958	38.347	771	6.833	45.951
Variation en pourcentage :				
1958/1957	— 9,1	— 30	— 4,5	— 8,9
Américains :				
1957	9.603	2.750	25.193	37.546
1958	11.386	3.103	33.650	48.139
Variation en pourcentage :				
1958/1957	+ 18,6	+ 12,8	+ 33,6	+ 28,2
Britanniques :				
1957	7.738	3.220	10.220	21.178
1958	9.233	2.597	11.740	23.570
Variation en pourcentage :				
1958/1957	+ 19,3	— 19,3	+ 14,9	+ 11,3

ANNEXE XX

Le tourisme en Grande-Bretagne en 1957.

En 1957, 1.180.430 touristes sont allés en Grande-Bretagne — ce qui représente une augmentation de 7 p. 100 par rapport à 1956, augmentation identique à celle qui avait été enregistrée de 1955 à 1956 — et y ont dépensé plus de 117 millions de livres sterling (il s'agit uniquement des dépenses effectuées en Grande-Bretagne). Sur ce total, 545.740 touristes ont choisi l'avion comme moyen de transport, soit 46,2 p. 100 du total, contre 42,8 p. 100 l'année précédente et 39,2 p. 100 en 1955.

Les Américains (262.730), les Français (165.840) et les Allemands (122.410) représentent 46,7 p. 100 du total en 1957 (46,8 p. 100 en 1956).

I. — *Répartition des touristes par nationalité et selon le mode de transport utilisé.*

Le tableau annexé appelle les remarques suivantes :

1° Pour l'ensemble des touristes, les Italiens ont marqué la plus forte progression (22,5 p. 100) ; en revanche, notons les diminutions des Norvégiens (0,5 p. 100), des Australiens (11,7 p. 100), des Néo-Zélandais (3,6 p. 100) et des Sud-Africains (2,5 p. 100) ;

2° Le nombre des passagers ayant emprunté le bateau n'a pour ainsi dire pas varié (+ 0,2 p. 100 par rapport à 1956, + 1 p. 100 par rapport à 1955) alors que le nombre des passagers qui ont utilisé l'avion s'est accru de 15,2 p. 100 en 1957, soit légèrement moins qu'en 1956 (16,6 p. 100) ; de 1955 à 1957, l'augmentation a dépassé 34 p. 100 (34,3 p. 100).

Pour les Américains, les Norvégiens, les Suédois, les touristes venant des pays du Commonwealth et les Britanniques résidant aux Etats-Unis, le nombre des utilisateurs du bateau a diminué parfois très sensiblement (24,7 p. 100 pour les Australiens) alors que le nombre des passagers aériens s'est nettement accru (1) ; notons toutefois que pour les Italiens la progression 1957/1956 des touristes arrivés par bateau (25,4 p. 100) dépasse celle des touristes arrivés par avion (+ 16,5 p. 100) ;

3° Sauf pour les Italiens, la part des touristes qui ont emprunté l'avion a augmenté en 1957 : elle dépasse 40 p. 100, pour les Britanniques résidant aux Etats-Unis (60,3 p. 100), les Suisses (60,1 p. 100), les Américains (57,7 p. 100), les Canadiens (46,9 p. 100), les Néerlandais (41,5 p. 100), les Français (40,6 p. 100) et les Sud-Africains (40,3 p. 100).

	PART EN POURCENTAGE des touristes ayant emprunté l'avion.		
	1955	1956	1957
Allemands	21	24,4	25,3
Américains	50,9	53	57,7
Belges	23,8	28,7	30,8
Danois	24,3	28	29,6
Français	33,3	39,1	40,6
Italiens	36,8	29,7	28,2
Néerlandais		39,5	41,5
Norvégiens	30,9	35,8	38,6
Suédois	26	30,5	35,2
Suisses	56,2	59,7	60,1
Australiens	22,6	26,6	37,3
Britanniques résidant aux Etats-Unis	50,6	55,4	60,3
Canadiens	34,5	37,2	46,9
Néo-Zélandais	25,4	28,8	36,9
Sud-Africains	28,3	31,7	40,3

(1) Il convient de rappeler que les événements du Moyen-Orient qui se sont produits à la fin de 1956 et dont les conséquences se sont manifestées jusqu'à la fin du premier semestre 1957 ont été particulièrement défavorables au trafic maritime.

II. — *Dépenses des touristes en Grande-Bretagne.*

Le tableau ci-après donne des indications sur les dépenses des touristes en Grande-Bretagne, mais il convient de signaler qu'une véritable comparaison des dépenses individuelles n'est pas possible faute de données précises sur la durée de séjour de chaque catégorie de touristes (1) :

	1956		1957	
	Dépenses totales (millions de livres).	Dépenses individuelles (livres).	Dépenses totales (millions de livres).	Dépenses individuelles (livres).
Allemands	4,5	41	5,3	43
Américains	31	114	31,9	121
Belges	2	42	2,2	44
Danois	0,8	43	0,9	45
Français	6,1	40	7,2	43
Néerlandais	3,2	44	3,6	47
Norvégiens	0,7	42	0,8	48
Suédois	1,4	42	1,5	45
Suisses	1,2	42	1,3	44
Australiens	7,3	275	6,6	281
Canadiens	10,3	176	10,5	175
Néo-Zélandais	2,3	285	2,2	273
Sud-Africains	6,3	265	6,5	280
Ensemble des touristes.	109,8	99	117,4	99

	1957		1958	
	Dépenses totales (millions de livres).	Dépenses individuelles (livres).	Dépenses totales (millions de livres).	Dépenses individuelles (livres).
Allemands	5,3	43	5,8	44
Américains (*)	31,9	»	39,5	»
Belges	2,2	44	1,9	46
Danois	0,9	45	0,9	47
Français	7,2	43	5,3	35
Italiens	1,7	44	1,8	45
Néerlandais	3,6	47	3,7	48
Norvégiens	0,8	48	0,7	47
Suédois	1,5	45	1,6	46
Suisses	1,3	44	1,4	49
Australiens	6,6	281	6,2	281
Canadiens	10,5	175	11,5	165
Néo-Zélandais	2,2	283	2,2	282
Sud-Africains	6,5	280	6,5	279
Ensemble des touristes.	117,4	99	126	100

(*) Y compris les Américains en transit et les Britanniques résidant aux Etats-Unis.

(1) Rappelons qu'en 1956 la durée moyenne du séjour des touristes en Grande-Bretagne avait été de 15 jours mais il est bien entendu que les touristes en provenance des pays du Commonwealth séjournent beaucoup plus longtemps que les autres touristes et particulièrement les Européens.

	AVION			BATEAU			TOTAL		
	Passagers.		Variation en pourcentage 1957-1956.	Passagers.		Variation en pourcentage 1957-1956.	Passagers.		Variation en pourcentage 1957-1956.
	1956	1957		1956	1957		1956	1957	
Allemands	26.770	30.950	+ 15,6	82.970	91.460	+ 10,2	109.740	122.410	+ 11,6
Américains	135.320	151.520	+ 12	120.120	111.210	— 7,4	255.440	262.730	+ 2,9
Belges	13.570	15.460	+ 13,9	33.660	34.780	+ 3,3	47.230	50.240	+ 6,4
Danois	5.260	5.890	+ 12	13.540	14.010	+ 3,5	18.800	19.900	+ 5,9
Français	59.730	67.380	+ 12,8	93.020	98.460	+ 5,8	152.750	165.840	+ 8,6
Italiens	9.270	10.800	+ 16,5	21.930	27.500	+ 25,4	31.200	38.300	+ 22,8
Néerlandais	28.700	31.550	+ 9,9	43.880	44.540	+ 1,5	72.580	76.090	+ 4,8
Norvégiens	5.990	6.450	+ 7,7	10.720	10.170	— 5,1	16.710	16.620	— 0,5
Suédois	10.090	11.740	+ 16,4	23.040	21.620	— 6,2	33.130	33.360	+ 0,7
Suisses	17.180	17.610	+ 2,5	11.610	11.700	+ 0,8	28.790	29.310	+ 1,8
Touristes venant d'autres pays étrangers	51.860	60.660	+ 17	43.850	50.380	+ 14,9	95.710	111.040	+ 16
Total des touristes étrangers	363.740	410.000	+ 12,7	498.340	515.830	+ 3,5	862.080	925.840	+ 7,4
Australiens	7.060	8.700	+ 24,1	19.520	14.700	— 24,7	26.580	23.460	— 11,7
Britanniques résidant aux Etats-Unis	8.860	10.250	+ 15,7	7.120	6.750	— 5,2	15.980	17.000	+ 6,4
Britanniques résidant dans les autres pays étrangers	17.940	21.090	+ 18,1	15.470	16.710	+ 8	33.410	37.900	+ 13,4
Canadiens	21.800	28.210	+ 29,4	36.780	31.920	— 13,2	58.580	60.130	+ 2,6
Néo-Zélandais	2.320	2.670	+ 23,7	5.740	4.900	— 14,6	8.060	7.770	— 3,6
Sud-Africains	7.530	9.350	+ 24,2	16.250	13.840	— 14,8	23.780	23.190	— 2,5
Touristes venant des autres pays du Commonwealth	44.410	55.400	+ 24,1	34.350	30.040	— 12,5	78.760	85.140	+ 8,1
Total des touristes de nationalité britannique ou venant du Commonwealth	109.920	136.730	+ 23,5	135.230	118.860	— 12,1	245.330	254.590	+ 3,9
Total général	473.660	545.700	+ 15,2	633.570	634.690	+ 0,2	1.107.230	1.180.430	+ 6,6

N. B. — Les statistiques indiquées dans ce tableau ne comprennent pas 240.000 touristes venus de la République de l'Eire qui ont dépensé 11,5 millions de livres en 1957 (estimation).

ANNEXE XXI

Quelques exemples de financement réalisés dans les pays étrangers.

La comparaison des modalités des prêts octroyés en France avec celles pratiquées dans certains pays nous conduit à formuler certaines observations pleines d'enseignement, que nous résumons brièvement :

En Suisse (prêts société fiduciaire) :

— taux d'intérêt de 2 à 3 p. 100. Durée de 10 à 15 ans suivant les zones touristiques ;
— pas d'autofinancement exigé, le montant du crédit n'étant limité que par la valeur de réalisation du patrimoine en cas de liquidation ou, dans certains cas, la valeur de rendement ;
— pas de prêt pour les constructions neuves et très exceptionnellement pour les agrandissements ;
— aucune intervention dans le financement des formes complémentaires d'hébergement.

Cette société fiduciaire ayant une durée légalement limitée a été, en raison de l'importance de la tâche à accomplir, doublée par une coopérative suisse de cautionnement pour l'hôtellerie saisonnière qui vise à libérer l'hôtellerie de la tutelle de l'Etat (cf. annexe XXII).

En Belgique. La loi du 7 août 1953 prévoit des prêts à long terme :

— au taux de 3 p. 100 (applicable seulement pendant les trois premières années), le taux normal étant de 4 p. 100 avec la garantie de l'Etat ;
— *réservés à l'achat de matériel neuf ;*
— l'autofinancement doit correspondre à 50 p. 100 des programmes ;
— les prêts peuvent être affectés à la reconstitution du fonds de roulement si ce dernier a été diminué par suite d'investissements effectués dans un délai inférieur à un an.

D'autre part, *la loi du 31 mai 1955* autorise les institutions publiques de crédit à effectuer des prêts pour *constructions neuves* au taux de 1 p. 100 pour les cinq premières années et de 4 p. 100 au-delà. Ces prêts sont assortis de subventions à concurrence de 30 p. 100 du coût des constructions.

Les prêts sont applicables à la modernisation de bâtiments, à condition toutefois que cette dernière ne dépasse pas la valeur des immeubles existants.

On relève par contre en Belgique une nette insuffisance de distribution des crédits (à fin 1956, 37 crédits seulement avaient été consentis à l'industrie hôtelière depuis la loi de 1953 pour un total de 80 millions de francs belges).

Enfin, l'hébergement complémentaire bénéficie de subventions directes de l'Etat (commissariat général au tourisme).

En Espagne : le régime prévu par la loi du 17 mars 1956 comporte des prêts répartis par la banque de crédit industriel. Ces prêts sont limités :

— à 60 p. 100 de la garantie offerte et à une durée de 35 ans pour la construction (quand le terrain et l'immeuble appartiennent à l'exploitant) ;
— à 40 p. 100 de la garantie et à 20 ans pour les constructions neuves, en cas de terrain loué ; dans les deux cas pour les constructions neuves ;
— à 10 p. 100 de la valeur et à une durée maximum de 10 ans en ce qui concerne les améliorations ;
— un contrôle technique des programmes est effectué par la direction générale du tourisme ;
— dans la pratique, l'attribution des prêts correspond rarement à la demande, c'est ainsi qu'on enregistre assez fréquemment des abattements de neuf dixièmes ;
— ces prêts ne peuvent dépasser 50 p. 100 de l'investissement ; ils sont par contre cumulables avec des prêts bancaires aux conditions habituelles du marché (taux moyen : 7 p. 100, 8 p. 100 pour deux à trois ans et 18 p. 100 pour les crédits de campagne).

Au Portugal l'aide de l'Etat est conditionnée par la déclaration préalable d'intérêt touristique (proposition de la direction générale du tourisme) ; les décisions relèvent du président du conseil des ministres.

L'autofinancement de 50 p. 100 est obligatoire. Les prêts remboursables en vingt ans, par annuités égales à partir de la sixième année d'exploitation, ne comportent pas d'intérêt.

Ils peuvent être cumulés avec des crédits bancaires ; les municipalités et les juntes de tourime peuvent participer aux travaux et aux fournitures de matériel, en cas de nécessité, dans la limite de 50 p. 100 des devis.

Garantie exigée : hypothèque de premier rang.

Les prêts peuvent être complétés par des subventions non remboursables s'ils s'adressent à des travaux estimés souhaitables mais non rentables.

Le mécanisme des opérations est simplifié au maximum : l'absence d'une réponse de la part de l'organisme d'Etat équivaut à un accord.

Il a été prêté 56 millions d'escudos en 1955, 1956 et 1957.

Au Danemark. — Au Danemark interviennent des prêts de l'Etat (à concurrence de 30 p. 100 de la valeur de l'hôtel et de ses inventaires pour la construction ; à concurrence de 70 p. 100 des mêmes valeurs pour la modernisation), au taux de 4 p. 100 et d'une durée de vingt-cinq ans avec franchise totale de deux ans.

⁂

De ces recherches comparatives fragmentaires, qu'il serait d'ailleurs instructif d'étendre et d'approfondir, il semble cependant ressortir que la France se trouverait pratiquement à égalité avec de nombreux pays étrangers, si l'on envisage le taux des financements bancaires. Il apparaît, d'autre part, que le volume des prêts consentis en faveur de l'industrie hôtelière serait dans l'ensemble — toute proportions gardées sur l'importance de l'activité touristique — dans chacun des pays considérés, légèrement plus élevé en France.

Ces constatations apparemment satisfaisantes ne sauraient cependant faire illusion. Elles peuvent recouvrir des évolutions fort différentes et l'effort poursuivi à l'étranger s'est la plupart du temps adressé à des équipements (d'infrastructure et d'hébergement) qui avaient été sensiblement moins négligés, durant des années, que les nôtres. Par ailleurs, les conditions d'autofinancement, si elles varient de pays à pays, sont fréquemment plus favorables à l'étranger. Il en est de même de la durée des financements, qui s'y étalent souvent sur de plus longues périodes.

Mais force est surtout d'observer que de nombreux Etats accompagnent et renforcent leur politique de crédit en matière touristique par un ensemble de mesures complémentaires d'ordre fiscal ou administratif qui en augmentent l'efficacité.

Il en est ainsi notamment en ce qui concerne la construction hôtelière, qui se trouve de la sorte plus fortement encouragée. Si nous nous référons par exemple au Portugal, nous pouvons y constater l'existence parallèle :

— de nombreuses exonérations fiscales (impôt foncier, impôt sur les bénéfices industriels, licence) totales les dix premières années, de l'ordre de 50 p. 100 pour les quinze années suivantes ; exonérations qui s'étendent en outre à de nombreuses installations annexes considérées comme des améliorations ;

— d'exemptions de droits de douane et de frais consulaires en faveur de toutes les importations de matériaux ou d'outillage nécessaires à l'exécution du programme hôtelier toutes les fois que l'industrie nationale ne peut les fournir dans les délais assez brefs ou à prix égal ;

— l'obligation enfin pour les propriétaires d'établissements hôteliers de ne pas élever le prix du bail à l'occasion de travaux qui ont pour but de conserver ou d'améliorer les classifications.

ANNEXE XXII

L'aide apportée à la rénovation de l'hôtellerie en Suisse (1).

Pour faciliter la tâche des propriétaires d'hôtels, la Confédération avait fondé la Société fiduciaire suisse pour l'hôtellerie, institut officiel de crédit hôtelier, qui accorde des prêts de rénovation et qui a ainsi rendu des services extrêmement précieux. Mais la tâche est trop grande pour qu'elle puisse y suffire à elle toute seule, d'autant plus que la durée d'existence est légalement limitée. C'est pourquoi la Coopérative suisse de cautionnement pour l'hôtellerie saisonnière, récemment créée, entend, aux côtés de l'institut officiel, intervenir en faveur de l'hôtellerie saisonnière en comblant une lacune qui existait encore. Cette coopérative se propose en outre d'atteindre un autre but : réactiver le crédit hôtelier et libérer peu à peu l'hôtellerie de la tutelle de l'Etat. Dans un pays qui tient en haute estime la liberté économique, une telle tendance est naturellement compréhensible. En effet, l'on ne peut toujours parler de liberté économique et parallèlement, dès que surgissent des difficultés, réclamer l'aide de l'Etat.

(1) Source : Crédit populaire de France, juillet 1959.

La coopérative de cautionnement veut enfin aider les familles hôtelières désireuses de consacrer leur vie à l'hôtellerie à rentrer en possession des établissements qui sont devenus la propriété des banques.

Pour atteindre ses buts, la coopérative de cautionnement entend accélérer la rénovation et la rationalisation d'hôtels saisonniers et de montagne en cautionnant les prêts et les crédits nécessaires au financement de tels travaux. Elle travaillera dans ce sens, en étroite collaboration avec la Société fiduciaire suisse pour l'hôtellerie, afin de tirer profit de l'expérience de celle-ci. Pour pouvoir exercer son activité d'office de cautionnement, la coopérative a naturellement besoin de disposer d'un capital propre suffisant. Celui-ci a été formé par les contributions volontaires de l'économie privée, qui a souscrit des parts sociales ou effectué des versements à fonds perdus au fonds de garantie. Ce fonds de garantie sera le premier à supporter les risques, tandis que le capital social porte en principe intérêt. Pour protéger le créancier, les statuts de la coopérative prévoient que le total des prêts cautionnés ne doit pas dépasser une somme équivalente au sextuple de la fortune de la coopérative. Une autre disposition prescrit que seules les entreprises viables et les débiteurs irréprochables, tant au point de vue caractère que sur le plan professionnel, pourront bénéficier de cautions. C'est pourquoi chaque demande de cautionnement doit être examinée minutieusement. On recherchera en particulier si les rénovations projetées sont susceptibles de remplir leur but et si elles contribuent à rationaliser l'exploitation.

Les souscriptions au capital social et au fonds de garantie ne suffisent cependant pas pour que la coopérative de cautionnement puisse remplir véritablement sa tâche, c'est-à-dire déclencher une vague de rénovations représentant une dépense de 30 à 40 millions de francs suisses. Si la coopérative a cependant commencé son activité au milieu de l'année dernière en permettant de mettre en chantier de nombreuses rénovations, elle l'a fait dans l'espoir que l'économie privée ne lui refusera pas un appui encore plus large et reconnaîtra que son propre bien-être dépend aussi de la prospérité du tourisme, dont la condition même est une rénovation de l'hôtellerie adaptée aux exigences actuelles. Il s'agit ici d'une œuvre de solidarité qui doit empêcher notre pays de se transformer encore plus en Etat-providence, avec tout l'affaiblissement et l'anéantissement de la responsabilité personnelle que cela comporte. Grâce à son courage et à son goût du risque, l'économie suisse est devenue forte. Elle devrait donc contribuer à empêcher que l'un de ses membres les plus importants, l'hôtellerie, ne doive finalement tomber sous la tutelle de l'Etat.

ANNEXE XXIII

Crédits consentis avec l'aval de la société de caution, mutuelle de la C. N. I. H.

(En milliers de francs.)

ANNÉES	COURT TERME	MOYEN TERME (repris dans les accords exposés ci-dessus).	TOTAL
1952	18.550	41.850	60.400
1953	15.750	82.460	98.210
1954	16.750	75.800	92.550
1955	27.150	157.925	185.075
1956	»	»	375.250
Total	78.200	358.035	811.485

2° Avis formulé par le Conseil économique et social au cours de sa séance du 11 février 1960 sur le problème du soutien du tourisme en tant que valeur exportatrice dans la balance des comptes.

Le Conseil économique et social s'étant saisi le 8 décembre 1959 du problème du tourisme en tant que valeur exportatrice dans la balance des comptes a confié l'élaboration d'un avis à la section des transports et du tourisme qui a désigné comme rapporteur M. Paul Defond,

Après avoir entendu un rapport volontairement limité à ce seul problème,

Le Conseil économique et social,

— rappelle l'importance de l'apport du tourisme à devises dans la balance des comptes de la France ;

— mais il constate que, malgré les résultats favorables de 1959, les objectifs prévus depuis 1946 par les divers plans n'ont pas été atteints et de loin ;

— il estime en conséquence qu'une attention particulière doit être apportée actuellement à ce problème.

Le Conseil économique et social considère que les mesures à promouvoir doivent être arrêtées en tenant compte des éléments suivants :

I. — *Valeur exportatrice du tourisme étranger en France.*

1° La vocation touristique de la France n'est pas un fait nouveau. Son soutien a déjà fait l'objet d'études et de réalisations non négligeables (non seulement sous son aspect exportateur mais aussi dans le cadre de l'expansion économique et des expansions régionales) ;

2° Mais la « valeur exportatrice » du tourisme étranger en France reconnue depuis longtemps par les experts en la matière, ne semble pas avoir été appréciée à sa juste valeur dans l'opinion publique, et même par les instances officielles du pays ;

3° Cette « exportation » semble d'autant plus mal comprise qu'elle est réalisée sous la forme d'une « importation » de touristes étrangers. De plus, l'idée de « loisirs » évoquée par le tourisme ne facilite pas sa prise en considération comme « industrie » exportatrice ;

4° Par contre, dans des pays étrangers de plus en plus nombreux l'aspect très concret de la valeur exportatrice du tourisme fait l'objet d'une politique réaliste.

II. — *Evolution du tourisme étranger et concurrence internationale.*

1° Une triple évolution s'est déjà fait sentir : généralisation du tourisme ; accès au tourisme des catégories moins aisées ; caractère plus itinérant ;

2° Cette évolution tend à s'accélérer du fait de la transformation des tendances, des goûts et des possibilités des touristes, comme des moyens de transports et d'hébergement qu'ils souhaitent ou qui leur sont offerts ;

3° Une concurrence, accrue ou nouvelle, de pays étrangers, menace par ailleurs nos propres rentrées de devises, en supposant même qu'elle ne crée pas une sortie supplémentaire de « francs » ;

4° Cette évolution et cette concurrence créent à la France des obligations inéluctables si, dans cette compétition elle entend maintenir sa place et surtout si elle veut l'améliorer.

III. — *Conditions nécessaires à la mise en œuvre d'une politique du tourisme étranger en France.*

1° Une prise de conscience accrue chez les Français, et particulièrement chez ceux qui ont une responsabilité en la matière, de l'importance nationale du tourisme étranger comme de la multiplicité et de la variété des concours qu'il requiert est la condition première pour créer un climat générateur d'initiatives fécondes dans ce domaine.

2° « La mise en valeur du patrimoine et des ressources touristiques de la France, la modernisation et l'adaptation des moyens d'équipement, des transports et de l'hébergement supposent un accroissement des possibilités financières et une coordination des efforts ». (1) (2)

En conséquence, le Conseil économique et social émet l'avis suivant (3) :

I. — *Les objectifs.*

1° Des retards ayant été accumulés dans la réalisation des plans précédents, les objectifs du troisième plan concernant le tourisme étranger en France doivent être maintenus. Toutes les mesures financières nécessaires doivent être prises pour que ces objectifs soient effectivement atteints avant la fin de 1961 (4) ;

2° La préparation du quatrième plan doit être orientée vers un développement des activités touristiques tenant compte des besoins d'une clientèle nouvelle, ce qui doit conduire notamment à envisager un large développement de nouvelles formes d'hébergement dans le cadre de l'aménagement de régions dont l'économie est à stimuler.

Dès maintenant doit être prévue dans la préparation du quatrième plan une extension dans l'espace et dans le temps du tourisme étranger en France, en y incluant les départements et territoires d'outre-mer, et en préparant l'étalement des périodes touristiques (5).

---

(1) Ce texte résulte de l'adoption à main levée d'un amendement présenté. Le texte initial de la section était le suivant :

2° La mise en valeur, la modernisation et l'adaptation de tout ce qui constitue les attraits touristiques de la France, de ses moyens de transports et de ses possibilités d'hébergement supposent des moyens financiers accrus et une coordination des efforts.

(2) Un alinéa 3° ainsi rédigé :

3° Un climat politique, économique et social stable est indispensable pour créer chez nos visiteurs un écho favorable à nos appels touristiques,

a été retiré à la suite de l'adoption à main levée d'un amendement tendant à la suppression de cet alinéa.

(3) Ce vote a été acquis par 77 voix contre 19 et 22 abstentions (voir en annexe) le détail du scrutin).

(4) Un amendement qui tendait à la suppression de la deuxième phrase de cet alinéa a été repoussé à main levée.

(5) Ce texte résulte de l'adoption à main levée d'un amendement ainsi rédigé :

Remplacer le texte de la section par :

« La préparation du quatrième plan doit être orientée vers un développement des activités touristiques tenant compte des besoins d'une clientèle nouvelle, ce qui doit conduire notamment à envisager un large développement de nouvelles formes d'hébergement dans le cadre de l'aménagement de régions dont l'économie est à stimuler ».

Et de l'adoption d'un sous-amendement ainsi rédigé :

Ajouter à la fin de l'alinéa :

« Dès maintenant doit être prévue dans la préparation du quatrième plan une extension dans l'espace et dans le temps du tourisme étranger en France, en y incluant les départements et territoires d'outre-mer, et en préparant l'étalement des périodes touristiques ».

Le texte initial de la section était le suivant :

2° Dès maintenant doit être prévue dans la préparation du quatrième plan une extension dans l'espace et dans le temps du tourisme étranger en France en y incluant les Antilles, l'Algérie, le Sahara, etc., et en préparant l'étalement des périodes touristiques.

II. — *Les méthodes.*

1° Définir la politique touristique française, la faire adopter par tous les ministères intéressés, coordonner les efforts publics et privés, doit être le fait d'un « maître d'œuvre » investi de moyens administratifs et financiers qui lui permettent de réaliser efficacement une promotion du tourisme.

Ce « maître d'œuvre », mieux armé, doit être le commissariat général du tourisme.

2° Dans la ligne de conduite ainsi définie, les pouvoirs publics, les diverses collectivités nationales, régionales ou locales, les compagnies consulaires, etc. auront à soutenir la réalisation pratique ;

3° Coordonnés par le commissariat général au tourisme, les organismes de base (syndicats d'initiative, associations, comités locaux, etc.) auront à redoubler d'efforts dans une action « exportatrice » désormais mieux soutenue.

III. — *Les moyens.*

A. — La propagande.

1° Aux efforts directs déjà remarquables mais encore insuffisants réalisés dans certains pays par les responsables du tourisme français, devraient s'ajouter ceux de tous les bureaux français publics ou privés à l'étranger comme ceux de tous les propagandistes itinérants. Suggérés, coordonnés, associés, ces efforts de propagande touristique supplémentaires devraient à peu de frais en augmenter puissamment la portée ;

2° « La politique de « présence » du tourisme français dans les manifestations internationales en France ou à l'étranger doit être accentuée dans le sens de la qualité et du rayonnement de notre pays » (1) ;

3° Au besoin coordonner sur certains objectifs la propagande française avec celle de pays voisins de la France ;

4° Toute politique du tourisme ne doit sous-estimer ni les aspects psychologiques, ni les aspects esthétiques (notamment embellissement floral des villes et des villages).

Cette politique doit également être orientée vers la généralisation de la formule du tout compris et vers l'amélioration de la qualité des services offerts (obtenus par une meilleure formation professionnelle et de meilleures conditions d'emplois (2) ;

5° Une politique de maintien des populations rurales, notamment celles de montagnes, permettrait, dans le but d'accroître l'intérêt touristique, la conservation des structures agricoles, des sites, des traditions et l'amélioration des logements ruraux (3).

(1) Ce texte résulte de l'adoption à main levée d'un amendement. Le texte initial de la section était le suivant :

2° La politique « de présence » du tourisme français dans toutes les rencontres, foires, manifestations internationales en France ou à l'étranger doit être généralisée quel qu'en soit l'initiateur ou le support financier, mais sous réserve d'un standing de classe internationale.

(2) Cet alinéa constitue un texte transactionnel adopté à main levée et se substituant à trois amendements.

Le texte initial de la section était le suivant :

4° La politique de l'accueil et du « Sourire » doit être développée et encouragée partout et par tous comme la meilleure des propagandes.

(3) Cette adjonction résulte de l'adoption à main levée d'un amendement.

B. — Financement, crédit, fiscalité (1).

1° L'aide financière apportée directement ou indirectement au tourisme à devises devrait faire l'objet d'une valorisation importante dans les budgets nationaux, régionaux, départementaux et communaux ;

2° Les crédits mis à la disposition des activités du tourisme à devises devraient être attribués, quant à leur masse, leurs conditions ou leurs délais, en tenant compte de la collecte de devises étrangères assurée par ces activités (2) dans les secteurs qui doivent connaître un grand développement par suite de l'évolution des besoins de la clientèle (3) ;

3° La fiscalité de ces activités doit être étudiée à nouveau (4) pour faciliter comme chez tous autres exportateurs, la collecte des devises étrangères et, le cas échéant, pour éviter certaines contradictions freinant les entrées de touristes en France (5) (6) ;

4° La nécessaire expansion des investissements touristiques doit être favorisée par des organismes régionaux d'équipement aménageant les infrastructures, informant les professionnels qualifiés et orientant leurs initiatives (7).

(1) Un amendement a été repoussé au scrutin public par 59 voix contre 53 et 3 abstentions (voir résultat en annexe, scrutin n° 1). Il tendait à substituer au texte de la section le texte suivant :

B. — Financement, crédit, fiscalité :

L'aide financière apportée directement ou indirectement au tourisme doit être amplifiée. A cet effet, il convient :

1° De prendre les mesures financières, et notamment les mesures d'ordre budgétaire, qui permettront d'atteindre aussi rapidement que possible les objectifs fixés dans le troisième plan de modernisation et d'équipement, en accordant une particulière attention à la réalisation des équipements collectifs ;

2° D'accorder en matière de crédits des facilités portant notamment sur le taux d'intérêt, en vue d'accroître les investissements touristiques dans les secteurs qui doivent connaître un grand développement par suite de l'évolution des besoins de la clientèle ; de prévoir, dans ce but, l'octroi de garanties permettant l'accès des groupements intéressés aux formes classiques du crédit bancaire ;

3° De consentir des aménagements appropriés aux taux spécifiques touchant les industries touristiques, en contrepartie d'une politique d'abaissement des prix et de fixation généralisée de prix nets.

(2) Les mots « en tenant compte de la collecte de devises étrangères assurée par ces activités » résultent de l'adoption à main levée d'un amendement.

Le texte initial de la section était :

2° Les crédits mis à la disposition des activités du tourisme à devises devraient être attribués, quant à leur masse, leurs conditions ou leurs délais, dans les mêmes perspectives que pour les autres industries exportatrices.

(3) Les mots « dans les secteurs qui doivent connaître un grand développement par suite de l'évolution des besoins de la clientèle » ont été ajoutés à la suite de l'adoption à main levée d'un sous-amendement.

(4) Les mots « doit être étudiée à nouveau », ont été substitués à la formule « doit être repoussée » à la suite de l'adoption à main levée d'un amendement.

(5) Un amendement tendant à supprimer ce paragraphe a été repoussé par scrutin public par 62 voix contre 54 et 2 abstentions (voir détail en annexe, scrutin n° 2).

(6) Un amendement tendant à supprimer cet alinéa et à le remplacer par le texte suivant :

« Un des moyens d'éviter certaines contradictions freinant les entrées de touristes en France doit être la création d'un « franc touriste »,

a été repoussé au scrutin public par 83 voix contre 12 et 24 abstentions (voir détail du scrutin en annexe III).

(7) Cet alinéa a été ajouté à la suite de l'adoption à main levée d'un amendement.

ANNEXES AUX RAPPORT ET AVIS

SCRUTIN N° 1

sur l'amendement n° 13 tendant à modifier les dispositions du projet d'avis relatives aux financement, crédit, fiscalité.

Nombre des votants 115

Ont voté pour 53
Ont voté contre 59
Se sont abstenus 3

Le Conseil économique et social n'a pas adopté.

Ont voté pour (53).

Groupe des travailleurs C. F. T. C. — MM. Alidières, Baudet, Braun, Charuau, Haniquaut, Jeanson, Lagandré, Levard, Liénart, Mathevet, Sulter, Vansieleghem.

Groupe des travailleurs C. G. T. — MM. Barjonet, Carroué, Dautriche, Delon, Duret, Ehni, Furst, Le Brun, Miniou, Monjauvis, Subreville.

Groupe des travailleurs C. G. T.-F. O. et apparentés. — MM. Ammour, Babau, Beyaert, Blaise, Cucuel, Degris, Delamarre, Sidro, Tribié, Ventejol.

Groupe des personnalités choisies en raison de leur compétence. — MM. Aumonier, Byé, Dumontier, Goussault, Laurens, May, Sauvy.

Groupe de l'U. N. A. F. — MM. Benbassal, Dary, Guibourgé, Houist, Leroy, Mabit, Noddings, Si Hassen, Vinot.

Groupe de la coopération. — MM. Antoni, Harasse.

Groupe des activités diverses et classes moyennes. — MM. Martial, Senet.

Ont voté contre (59).

Groupe des travailleurs C. G. C. — MM. Aguilhon, Gondouin, Hervouet, Le Ferme, Malterre.

Groupe des entreprises privées. — MM. Auberger, Belrachid, Bernard, Charvet, Chauchard, Defond, Demmerlé, Dumont, Gingembre, Goudaert, Kruger, Lemaire-Audoire, Mersch, Meunier, Paquette, Parfait, Rogliano, Saintigny, Stoll, Tassin de Montaigu, Tiné, Trocmé.

Groupe de l'agriculture. — MM. Beghain, Chatras, Havard, Najah.

Groupe des entreprises nationalisées. — MM. Bour, Brémond, Goetze, Le Hénaff, Lutfalla.

Groupe de l'artisanat. — MM. Boulland, Chareille, Colomer, Dallant, Duhamel, Jeudon, Lachachi, Ressicaud, Séné.

Groupe des personnalités choisies en raison de leur compétence. — MM. Alexandre, Mercier.

Groupe de la coopération. — M. Lamy.

Groupe des départements et territoires d'outre-mer. — MM. Jourdain, Sanglier.

Groupe des personnalités outre-mer et zone franc. — MM. Aubé, Junillon, Laurent-Eynac, Malbrant, Raingeard.

Groupe des activités diverses et classes moyennes. — MM. Boucoiran, Durand-Réville, Millot, Polti.

Se sont abstenus (3).

Groupe de l'agriculture. — M. Guellati.

Groupe des départements et territoires d'outre-mer. — M. Petit.

Groupe des personnalités outre-mer et zone franc. — M. Gaumont.

SCRUTIN N° 2

sur l'amendement n° 14 (2e partie) tendant à supprimer le paragraphe relatif à la fiscalité.

Nombre de votants 118

Ont voté pour 54
Ont voté contre 62
Se sont abstenus 2

Le Conseil économique et social n'a pas adopté.

Ont voté pour (54).

Groupe des travailleurs :

C. F. T. C. — MM. Alidières, Baudet, Braun, Charuau, Haniquaut, Jeanson, Lagandré, Levard, Liénart, Mathevet, Sulter, Vansieleghem.

C. G. T. — MM. Barjonet, Carroué, Dautriche, Delon, Duret, Ehni, Furst, Mme Joannès, MM. Le Brun, Miniou, Monjauvis, Subreville.

C. G. T.-F. O. et apparentés. — MM. Ammour, Babau, Beyaert, Blaise, Cucuel, Degris, Delamarre, Sidro, Tribié, Ventejol.

Groupe des personnalités choisies en raison de leur compétence. — MM. Byé, Dumontier, May, Sauvy.

Groupe de l'U. N. A. F. — MM. Benbassal, Dary, Guibourgé, Houist, Leroy, Mabit, Noddings, Si Hassen, Vinot.

Groupe de la coopération. — MM. Antoni, Harasse.

Groupe des départements et territoires d'outre-mer. — MM. Jourdain, Petit, Sanglier.

Groupe des activités diverses et classes moyennes. — MM. Martial, Senet.

Ont voté contre (62).

Groupe des travailleurs C. G. C. — MM. Aguilhon, Gondouin, Hervouet, Le Ferme, Malterre.

Groupe des entreprises privées. — MM. Auberger, Bolrachid, Bernard, Charvet, Chauchard, Defond, Demmerlé, Dumont, Gingembre, Goudaert, Kruger, Lemaire-Audoire, Mersch, Meunier, Paquette, Parfait, Rogliano, Saintigny, Stoll, Tassin de Montaigu, Tiné, Trocmé.

Groupe de l'agriculture. — MM. Beghain, Bonjean, Chatras, Guy-Charon, Havard, Najah.

Groupe des entreprises nationalisées. — MM. Bour, Brémond, Goetze, Le Hénaff, Lutfalla.

Groupe de l'artisanat. — MM. Boulland, Chareille, Colomer, Dallant, Duhamel, Jeudon, Lachachi, Ressicaud, Séné.

Groupe des personnalités choisies en raison de leur compétence. — MM. Alexandre, Aumonier, Goussault, Laurens, Mercier.

Groupe de la coopération. — MM. Lamy, Martin.

Groupe des personnalités outre-mer et zone franc. — MM. Aubé, Laurent-Eynac, Malbrant, Raingeard.

Groupes des activités diverses et classes moyennes. — MM. Boucoiran, Durand-Réville, Millot, Polti.

Se sont abstenus (2).

Groupe des personnalités outre-mer et zone franc. — MM. Gaumont, Junillon.

SCRUTIN N° 3

sur l'amendement n° 15 tendant à instaurer un franc touriste.

Nombre des votants..... 119

Ont voté pour..... 12
Ont voté contre..... 83
Se sont abstenus..... 24

Le Conseil économique et social n'a pas adopté.

Ont voté pour (12).

Groupe des travailleurs C. G. T. — MM. Barjonet, Carroué, Dautriche, Delon, Duret, Ehni, Furst, Mme Joannes, MM. Le Brun, Miniou, Monjauvis, Subreville.

Ont voté contre : (83).

Groupe des travailleurs C. G. C. — MM. Aguilhon, Gondouin, Hervouet, Le Ferme, Malterre.

Groupe des entreprises privées. — MM. Auberger, Belrachid, Bernard, Charvet, Chauchard, Defond, Demmerlé, Dumont, Goudaert, Kruger, Lemaire-Audoire, Mersch, Meunier, Paquette, Parfait, Rogliano, Saintigny, Stoll, Tassin de Montaigu, Tiné, Trocmé, Gingembre.

Groupe de l'agriculture. — MM. Beghain, Bonjean, Chatras, Guy-Charon, Havard, Najah, Robin.

Groupe des entreprises nationalisées. — MM. Bour, Brémond, Goetze, Le Hénaff, Lutfalla.

Groupe de l'artisanat. — MM. Boulland, Chareille, Colomer, Dallant, Duhamel, Jeudon, Lachachi, Ressicaud, Séné.

Groupe des personnalités choisies en raison de leur compétence. — MM. Alexandre, Aumonier, Byé, Dumontier, Goussault, Laurens, May, Mercier, Sauvy.

Groupe de l'U. N. A. F. — MM. Benbassal, Darry, Guibourgé, Houist, Leroy, Mabit, Noddings, Si Hassen, Vinot.

Groupe de la coopération. — MM. Antoni, Harasse, Lamy, Martin.

Groupe des départements et territoires d'outre-mer. — MM. Jourdain, Petit, Sanglier.

Groupe des personnalités outre-mer et zone franc. — MM. Aubé, Laurent-Eynac, Malbrant, Raingeard.

Groupe des activités diverses et classes moyennes. — MM. Boucoiran, Durand-Réville, Martial, Millot, Polti, Senet.

Se sont abstenus : (24).

Groupe des travailleurs C. F. T. C. — MM. Alidières, Baudet, Braun, Charuau, Haniquant, Jeanson, Lagandré, Levard, Liénart, Mathevet, Sulter, Vansieleghem.

Groupe des travailleurs C. G. T. - F. O. et apparentés. — MM. Ammour, Babau, Beyaert, Blaise, Cucuel, Degris, Delamarre, Sidro, Tribié, Ventejol.

Groupe des personnalités outre-mer et zone franc. — MM. Gaumont, Junillon.

SCRUTIN N° 4

sur l'ensemble du projet d'avis présenté par M. Defond.

Nombre de votants..... 118

Ont voté pour..... 77
Ont voté contre..... 19
Se sont abstenus..... 22

Le Conseil économique et social a adopté.

Ont voté pour (77).

Groupe des travailleurs :

C. G. C. — MM. Aguilhon, Gondouin, Hervouet, Le Ferme, Malterre.

Groupe des entreprises privées. — MM. Auberger, Belrachid, Bernard, Charvet, Chauchard, Defond, Demmerlé, Dumont, Gingembre, Goudaert, Kruger, Lemaire-Audoire, Mersch, Meunier, Paquette, Parfait, Rogliano, Saintigny, Stoll, Tassin de Montaigu, Tiné, Trocmé.

Groupe de l'agriculture. — MM. Beghain, Bonjean, Chatras, Guellati, Guy-Charon, Havard, Najah, Robin.

Groupe des entreprises nationalisées. — MM. Bour, Brémond, Goetze, Le Hénaff, Lutfalla.

Groupe de l'artisanat. — MM. Boulland, Chareille, Colomer, Dallant, Duhamel, Jeudon, Lachachi, Ressicaud, Séné.

Groupe des personnalités choisies en raison de leur compétence. — MM. Alexandre, Aumonier, Goussault, Laurens, Mercier.

Groupe de l'U. N. A. F. — MM. Houist, Mabit, Noddings Vinot.

Groupe de la coopération. — MM. Antoni, Harasse, Lamy, Martin.

Groupe des départements et territoires d'outre-mer. — MM. Jourdain, Petit, Sanglier.

Groupe des personnalités outre-mer et zone franc. — MM. Aubé, Gaumont, Junillon, Laurent-Eynac, Malbrant, Raingeard.

Groupe des activités diverses et classes moyennes. — MM. Boucoiran, Durand-Réville, Martial, Millot, Polti, Senet.

Ont voté contre (19).

Groupe des travailleurs :

C. F. T. C. — MM. Alidières, Baudet, Braun, Charuau, Haniquaut, Jeanson, Lagandré, Levard, Liénart, Mathevet, Sulter, Vansieleghem.

Groupe des personnalités choisies en raison de leur compétence. — MM. Byé, Dumontier, May, Sauvy.

Groupe de l'U. N. A. F. — MM. Benbassal, Guibourgé, Si Hassen.

Se sont abstenus (22).

Groupe des travailleurs :

C. G. T. — MM. Barjonet, Carroué, Dautriche, Delon, Duret, Ehni, Furst, Mme Joannès, MM. Le Brun, Miniou, Monjauvis, Subreville.

C. G. T.-F. O. et apparentés. — MM. Ammour, Babau, Beyaert, Blaise, Cucuel, Degris, Delamarre, Sidro, Tribié, Ventejol.

Paris. — Imprimerie des Journaux officiels, 26, rue Desaix.